



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

“Plan estratégico para mejorar la rentabilidad en la empresa de transportes
Felipe J. Huanca Alvites E.I.R.L. de la Provincia Constitucional del Callao
año 2016”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO**

AUTOR:

Luis Alfredo Marchena Sosa

ASESOR:

Dr. Ambrocio Esteves Pairazaman

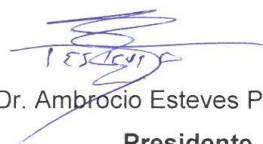
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planificación y Control Financiero

LIMA – PERÚ

2018

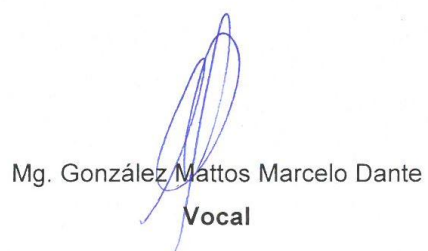
Pagina del jurado



Dr. Ambrocio Esteves Pairazaman
Presidente



Dr. Ibarra Fretell Walter
Secretario



Mg. González Mattos Marcelo Dante
Vocal

El presente trabajo está dedicado, en primer lugar, a mis padres, que fueron, mi mayor motivación para salir adelante. Sin sus consejos y apoyo incondicional, de seguro no me hubiera sido posible terminar esta larga y hermosa carrera. Gracias por su paciencia y amor, y sobre todo, darme la vida.

Agradezco a mis hermanos, familia y demás seres amados que siempre estuvieron motivándome para culminar lo que un día empecé. A mis abuelos, que siempre estuvieron y están conmigo para guiarme por el camino del bien y hacer de mí el profesional que ellos siempre desearon, a la familia, que, durante mi adolescencia hasta la actualidad, estuvieron pendientes de mi desarrollo personal y profesional, y siempre me trataron como uno más de la familia. A mis abuelos, Paula y Fabio, a quienes agradezco infinitamente hayan abierto las puertas de su casa para recibirme como a su propio nieto. Espero se sientan orgullosos, a las distintas autoridades de la Universidad César Vallejo por su apoyo en el desarrollo de la presente investigación. Deseo hacer una mención especial al Dr. Ambrocio Esteves Pairazaman por su entrega y profesionalismo. Gracias por tanto conocimiento compartido e involucrarme en esta profesión, que hoy por hoy, me apasiona

Declaración de autenticidad

Yo, Luis Alfredo Marchena Sosa con DNI 44160478, a efecto de cumplir con los criterios de evaluación curricular de Desarrollo de Proyecto de Investigación, declaro bajo juramento que toda la información que acompaño es veraz y autentica. Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces. En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad Cesar Vallejo

Presentación

Señores miembros del jurado calificador

En cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la tesis titulada, “Plan estratégico para mejorar la rentabilidad en la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la Provincia Constitucional del Callao año 2016” la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Contador Público.

Tiene como finalidad que el plan estratégico permita mejorar la rentabilidad en la Empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. Que es una forma de conducción del cambio basada en un análisis participativo de situación y de su posible evolución y en la definición de una estrategia de inversión de los recursos disponibles en los factores críticos. Es el análisis y evaluación de las oportunidades o limitaciones que ofrece el entorno de la empresa, como de las fortalezas y debilidades propias de la empresa, y se proyecta a futuro definiendo los objetivos, metas y estrategias que harán posible su alcance; es también un proceso sistemático y permanente, que tiene un impacto significativo en el futuro de la empresa

El presente trabajo de investigación está estructurado bajo el esquema de 8 capítulos. En el capítulo I, se expone la introducción. En capítulo II, se presenta el marco metodológico y método de investigación. En el capítulo III, se muestran los resultados de la investigación. En el capítulo IV, las discusiones. En el capítulo V, las conclusiones. En el capítulo VI, se presenta las recomendaciones. En el capítulo VII y VIII, se detallan las referencias bibliográficas y anexos: el Instrumento, la matriz de consistencia y la validación del instrumento.

El autor

Índice

	Pág.
Página del jurado	ii
Declaración de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice.....	vii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras.....	xi
Resumen	xii
Abstract	xiii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática	15
1.2 Trabajos previos	18
1.3 Teorías relacionadas al tema	20
1.3.1 Marco teórico Riesgos Financieros	20
1.3.2. Marco Conceptual	25
1.4 Formulación del Problema.....	48
1.5 Justificación del Estudio	49
1.6 Objetivos	50
1.7 Hipótesis.....	51
CAPÍTULO II: MÉTODO	
2.1 Tipo de estudio	54
2.2 Diseño de Investigación	54
2.3 Operacionalización de variables.....	54
2.4 Población, muestreo y muestra	54
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	56
2.6 Métodos de análisis de datos	56
2.7 Aspectos éticos	57
CAPÍTULO III: RESULTADOS	
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN	
	59
	87

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	90
CAPÍTULO VI: RECOMENDACIONES	92
CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	94
CAPÍTULO VIII: ANEXOS	96
Anexo N° 1: Cuestionario	
Anexo N° 02: Propuesta	
Anexo N° 03: Matriz de consistencia	
Anexo N° 04: Chi tabla	
Anexo N° 05: Base de Datos	

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1 Validación de Expertos.....	57
Tabla 2 Alpha de Cronbach variable 01	60
Tabla 3 Alpha de Cronbach variable 02	60
Tabla 4 ítem 01	60
Tabla 5 ítem 02	61
Tabla 6 ítem 03	61
Tabla 7 ítem 04	61
Tabla 8 ítem 05	63
Tabla 9 ítem 06	64
Tabla 10 ítem 07	65
Tabla 11 ítem 08	66
Tabla 12 ítem 09	67
Tabla 13 ítem 10	68
Tabla 14 ítem 11	69
Tabla 15 ítem 12	70
Tabla 16 ítem 13	71
Tabla 17 ítem 14	72
Tabla 18 ítem 15	73
Tabla 19 ítem 16	74
Tabla 20 ítem 17	75
Tabla 21 ítem 18	76
Tabla 22 ítem 19	77
Tabla 23 ítem 20	78
Tabla 24 Prueba de Normalidad Gestión de riesgos financieros.....	79
Tabla 25 Prueba de Normalidad Gestión de Riesgos de Crédito	80
Tabla 26 Prueba de Normalidad Gestión de riesgos de mercado	81
Tabla 27 Prueba de Normalidad Rentabilidad.....	82
Tabla 28 Prueba de Normalidad Rentabilidad Económica	83
Tabla 29 Prueba de Normalidad Rentabilidad Financiera	84
Tabla 30 Correlación de Spearman.....	85
Tabla 31 Correlación de Spearman Gestión de Riesgos Financieros - Rentabilidad	

.....	86
Tabla 32 Correlación de Spearman Gestión de Riesgos de Crédito - Rentabilidad	
.....	87
Tabla 33 Correlación de Spearman Gestión de Riesgos de Mercado - Rentabilidad	
.....	88

Índice de figuras

	Pág.
Gráfico 1 ítem 01	62
Gráfico 2 ítem 02.....	63
Gráfico 3 ítem 03.....	64
Gráfico 4 ítem 04.....	65
Gráfico 5 ítem 05.....	66
Gráfico 6 ítem 06.....	67
Gráfico 7 ítem 07.....	68
Gráfico 8 ítem 08.....	69
Gráfico 9 ítem 09.....	70
Gráfico 10 ítem 10.....	71
Gráfico 11 ítem 11.....	72
Gráfico 12 ítem 12.....	73
Gráfico 13 ítem 13.....	74
Gráfico 14 ítem 14.....	75
Gráfico 15 ítem 15.....	76
Gráfico 16 ítem 16.....	77
Gráfico 17 ítem 17.....	78
Gráfico 18 ítem 18.....	89
Gráfico 19 ítem 19.....	80
Gráfico 20 ítem 20.....	81
Gráfico 21 Gráfico de campana de Gauss del Chi-cuadrado para aceptar la hipótesis alterna	82

Resumen

El presente trabajo de investigación, tiene por objetivo Diseñar el plan estratégico que permita mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

La importancia del estudio está basada en la necesidad que existe por parte de las empresas del sector Transporte en gestionar sus procesos con un plan estratégico para mejorar la rentabilidad. La investigación se trabajó con el modelo de planeación estratégica George morrisey (1996), *El modelo de Planeación Estratégica* de Fred David. El modelo de planeación estratégica de Sallenave. Para la variable rentabilidad se ha tomado en cuenta el valor económico agregado (EVA).Desarrollado por Apaza,M. (2005) asegura que aunque el EVA y generación de valor han aparecido como desarrollo de la última década. El nivel de investigación es descriptiva, el tipo aplicada, el diseño de la investigación es no experimental transversal, con una población de 100 personas la muestra fue de 80 colaboradores que trabajan en las diversas áreas de la empresa de la provincia constitucional del callao. La técnica que se usó es la encuesta y el instrumento de recolección de datos, el cuestionario fue aplicado a los colaboradores de la empresa. Para la validez de los instrumentos se utilizó el criterio de juicios de expertos y además está respaldado por el uso del Alfa de Cron Bach; la comprobación de las hipótesis realizó con la prueba del Chi cuadrado. La conclusión fue que al diseñar el plan estratégico permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

Palabras claves: Plan estratégico, rentabilidad, EVA, generación de valor.

Abstract

The objective of this research work is to design the strategic plan that will improve the profitability of the transport company FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. of the constitutional province of Callao year 2016. The importance of the study is based on the need that exists for companies in the transport sector to manage their processes with a strategic plan to improve profitability. The research was worked with the strategic planning model George Morrissey (1996), Fred David's Strategic Planning model. The strategic planning model of Sallenave. For the variable profitability, the economic value added (EVA) has been taken into account. Developed by Apaza, M. (2005) assures that although the EVA and generation of value have appeared as a development of the last decade. The level of research is descriptive, the type applied, the research design is non-experimental transversal, with a population of 100 people the sample was 80 employees working in the various areas of the company in the constitutional province of Callao. The technique used was the survey and the data collection instrument, the questionnaire was applied to the employees of the company. For the validity of the instruments, the criterion of expert judgments was used and it is also supported by the use of Cronbach's Alpha; the verification of the hypotheses made with the Chi square test. The conclusion was that when designing the strategic plan it will allow to improve the profitability of the transport company FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. of the constitutional province of Callao year 2016

Key words: Strategic plan, profitability, EVA, generation of value.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

Las empresas del sector transporte atraviesan por una realidad bastante problemática como es , no aplicación de una estructura de costos apropiada, saturación del parque automotor, incremento de los precios en los insumos , alta siniestralidad, precios no acordes al mercado, falta de una adecuada gestión económica y financiera, entre otros aspectos relevantes, todo ello hace que se genere al interior del sector una carencia en la toma de decisiones que propenda hacia un crecimiento de las organizaciones. Las empresas de transportes terrestres de pasajeros de la región y el país no cuentan con un planeamiento estratégico al largo plazo, es por eso que el presente estudio se propone un modelo de planeación a largo plazo, con una visión y como objetivos estratégicos que cumplan su rol y objetivo trazado; especialmente en la ruta Lima –Callao es, con un servicio de calidad y así mismo con servicios anexos como entrega de encomienda, como transporte de carga y envíos de dinero con confianza y seguridad a los clientes. En los últimos años, las empresas han sufrido cambios constantemente en su manera de administrarse, debido a un mercado globalizado que impone nuevos y mejores estándares para competir.

Es por lo anterior que cada vez más empresas buscan mejores medios y alternativas que las ayuden a ser competitivas, por lo que realizan alguna clase de planeación, siendo el proceso de planeación estratégica uno de los preferidos. La planeación estratégica ayuda a los responsables de las empresas a visionar su futuro y desarrollar los procedimientos y acciones necesarias para lograrlo. Así mismo, la planeación estratégica proporciona un marco de referencia para evaluar situaciones estratégicas; discutir alternativas con un lenguaje común; decidir sobre acciones basándose en valores que se comparten y comprenden, permitiendo desarrollar, organizar y utilizar una mejor comprensión del medio en el cual se opera; y de conocer las capacidades y limitaciones como empresa. La planeación estratégica es esencial para el adecuado funcionamiento de cualquier organización, ya que a través de ella, se prevén las contingencias y cambios que puede deparar el futuro, y se establecen las medidas necesarias para afrontarlas.

Por otra parte, el reconocer hacia donde se dirige la acción permite encaminar y aprovechar mejor los esfuerzos. En la actualidad existen diversos modelos sobre planeación estratégica que pueden ser empleados por las empresas de acuerdo a sus necesidades y recursos disponibles. En el contexto internacional el sector transporte terrestre en el vecino país de Colombia constituye, al igual que otros países del mundo, una importante herramienta que permite articular con otras actividades económicas y propender su desarrollo y crecimiento económico y social.

En este sentido los generadores de carga, esto es: los que demandan el servicio (los pasajeros), los intermediarios (las empresas de transportes) y los transportadores (quienes prestan el servicio) pueden estar generando elevados costos hacia el consumidor final y por ende en el crecimiento económico del país. Los problemas que aquejan al sector transporte son básicamente: falta de organización del sector, escases o dificultad de acceso al capital, falta de políticas adecuadas por parte de los gobiernos de turno. Pero independiente de aquellas dificultades mencionadas, la actividad del transporte ha permitido el crecimiento de otras actividades, tales como: la industria, el comercio, la minería, entre otras. Según el ensayo de Caicedo, P. (2013) "Análisis del sector de transporte por carretera en la economía Colombiana, dificultades y retos" Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá, Colombia, pp. 6-29 nos dice que "un buen indicador de comportamiento del sector es aquel que se refiere a los insumos que tiene el sector para su funcionamiento, en el país existe un índice de Costos del Transporte por Carretera elaborado por el DANE, este índice permite hacer una comparación entre el comportamiento de estos costos y su crecimiento económico".

Concluye, que el gobierno Colombiano decidió por un largo período de tiempo congelar ciertos factores (seguros, impuestos, mano de obra directa – mantenimiento y reparación- , costos de capital y peajes; dichos factores que representan un alto porcentaje dentro de la composición de los costos del transporte (al igual que los combustibles, insumos, partes – piezas de servicio de mantenimiento y reparación) son costos variables que podrían tener

consecuencias tanto positivas o negativas que el gobierno y los agentes deberían evaluar adecuadamente. En el contexto nacional. El sector transporte terrestre, de carga e interprovincial de pasajeros, en nuestro país pasa por una serie de problemas: altos costos operacionales al no poseer una adecuada estructura de costos que le permita enfrentar con éxito la demanda cada vez más creciente de los sectores productivos y de comercio, tanto para el sector interno como al sector externo (comercio internacional). En adición a ello, el aumento desmedido del parque automotor que incide en la competitividad del sector y, por otro lado el incremento de la siniestralidad en nuestras carreteras nacionales y al pago de cupos a bandas delincuenciales extorsionadoras. En los últimos años, el número de empresas de transporte autorizadas a brindar servicio de transporte de carga se incrementó debido al proceso de fiscalización que implementó el Ministerio de Transportes y Comunicaciones, en la cual se exige la formalización del servicio informal que exigía su legalidad. En el año 2013 el número de empresas autorizadas fue de 81,115. Los departamentos o regiones donde el número de empresas supera las 4 mil son: Lima, Arequipa, La Libertad y Lambayeque. En los últimos dos años en comparación con el año anterior, el número total de empresas del transporte de carga se incrementó en un 12,7%. Del mismo modo, el costo indirecto por concepto de cupos que tienen que asumir las empresas del sector frente al avance de las bandas delincuenciales. Es importante destacar la importancia que posee el sector en materia de competitividad ya que el sector transporte conecta las relaciones comerciales entre productores, comerciantes y consumidores, de allí que esa conexión al tener un elevado costo operacional le resta competitividad al productor y al comerciante, mientras que al consumidor le desalienta la demanda sobre dichos productos. El comportamiento del sector transporte terrestre de pasajeros ha estado marcado por el crecimiento acelerado del parque automotor, motivado muchas veces por la importación de vehículos “chatarra”, y por otro lado de un estancamiento de los fletes del transportador formal e informal, por el desconocimiento de los costos que influyen en la determinación de la estructura de sus costos operacionales y por ende en la mejora de su gestión económica y financiera. En el contexto local la problemática del sector transporte a nivel de la región del Callao, no escapa a la situación del transporte nacional, pues en adición a lo ya descrito, presenta alta siniestralidad,

unidades de transporte obsoletas, crecimiento desmesurado del parque automotor, elevados costos operacionales, demasiada informalidad, competencia desleal, pago de cupos a bandas extorsionadoras. Teniendo en consideración que el sector transporte terrestre representa la conexión entre diferentes actividades económicas y que debería ser un beneficiario directo del crecimiento y desarrollo económico de las mismas, es que se hace necesario planificar su desarrollo a mediano y largo plazo.

1.2 Trabajos previos

Espino (2013), desarrollo la tesis titulada “Análisis y predicción de la demanda de transportes de pasajeros. Una aplicación al estudio de dos corredores de transportes en cuenca”. Para optar el grado de magister en Administración estratégica trabajo desarrollado en la Universidad de cuenca, ecuador.

Manifiesta que el objetivo; Que la ampliación de la capacidad viaria no siempre si la mejor solución para resolver los problemas derivados del crecimiento de la demanda de transporte de pasajeros; mayor capacidad incentiva mayores desplazamientos.

El Autor concluyo que tiene El transporte de pasajeros en áreas urbanas constituye un problema cada vez más importante en nuestra sociedad. En los últimos años se ha demostrado empíricamente que la construcción de infraestructura o la ampliación de las vías existentes no es una solución adecuada a este problema, sino que se debe planificar el transporte de pasajeros otorgando incentivos al uso del transporte público, para intentar paliar los efectos concomitantes que produce la operación del sistema de transporte: congestión, accidentes, contaminación, etc.”

Climent, (2015), desarrollo la tesis titulada “Los costes de calidad como estrategia empresarial, evidencia empírica en la comunidad Valenciana”. Desarrollada en la Universidad de valencia España. **Manifiesta que el objetivo;** Es implementar en las empresas de un sistema de calidad es una medida

estratégica que les ayudará a permanecer en un mercado tan competitivo como el actual, incrementando la productividad, aumentando la competitividad por la reducción de sus costes y, por consiguiente, aumentando los beneficios y la estabilidad en el mercado”. El autor concluyo que La selección de la tecnología por ejemplo para el sistema de transporte público colectivo debe permitir la cobertura de toda la ciudad, debe reducir los costos del viaje al mínimo, y debe eliminar al máximo los otros factores que contribuyen a la exclusión social.

Bonilla, (2006), desarrollo la tesis titulada, “Análisis del sistema de transporte público en la ciudad de Huancayo “desarrollada en la Universidad del centro del Perú. Manifiesta que el objetivo; Administrar y ordenar el servicio de transporte público, así como también es la encargada de impartir la educación vial entre los usuarios. El autor concluye: Existe informalidad por parte de los tres componentes del servicio de transporte público, por un lado, las empresas de transporte no llevan un control sobre las unidades que administran; por otro lado, los usuarios, quienes por falta de educación vial contribuyen con el desorden imperante al subir y bajar de las unidades de transporte público donde es más conveniente para ellos; y por último está la Municipalidad, quien no cumple propiamente sus funciones a pesar que es la entidad encargada de regular, administrar y ordenar el servicio de transporte público, así como también es la encargada de impartir la educación vial entre los usuarios.

Guerrero y Rodríguez (2012), desarrollo la tesis, “Políticas de comunicación y los derechos laborales de los trabajadores del transporte público en Trujillo, Perú”. Manifiesta que el objetivo es; establecer un contrato por derecho de uso de la ruta con los propietarios, pero persiste una relación ilegal entre los últimos y los cobradores y choferes, es decir entre empleador y trabajador, situación que continúa sin despertar el interés de autoridades municipales, gremios y empresas. Los autores concluyen: “Se observa que dentro de las empresas de transporte público legalmente constituidas opera un sistema de trabajo informal y dependiente, donde se establece un contrato por derecho de uso de la ruta con los propietarios.

Robles, O. (2016), desarrollo la Tesis: “Planeación a largo plazo de una empresa de transporte terrestre de pasajeros, ittsabus: 2015 – 2019.” Manifiesta que El Objetivo que persiguió la presente investigación fue De analizar la incidencia de la aplicación de un Plan a Largo Plazo para mejorar la posición y rentabilidad, en la Empresa de transporte terrestre de pasajeros, traslado de carga, encomiendas, y transferencia de dinero durante el período: 2015-2019.

Las principales conclusiones a la que arribó. Fueron: El diseño del Planeamiento a Largo Plazo para la empresa ITTSABUS, basado en la metodología de George L. Morrissey proporciona una orientación estratégica que nos permitió analizar el comportamiento actual de la empresa y dar solución a la problemática determinada, mediante el estudio de sus componentes: Áreas Estratégicas Críticas, Análisis de Aspectos Críticos, Objetivos a Largo Plazo y los Planes Estratégicos de Acción; Los Planes Estratégicos de Acción diseñados en el presente trabajo indican los eventos, el tiempo, responsables y los recursos que se necesitan para cumplir con cada uno de los objetivos a largo plazo establecidos por la Alta Dirección.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Marco teórico modelos Teóricos

Modelos teóricos sobre plan estratégico

Como es de conocimiento en los últimos años, las empresas han sufrido cambios constantemente en su manera de administrarse, esto debido a un mercado globalizado que impone nuevos y mejores estándares para competir. Los diferentes estándares de globalización, las diversas políticas económicas que imponen los países, los cambios tecnológicos, la apertura nuevos mercados, desarrollo humano, provisiones financiera, etc., han hecho que la supervivencia de las empresas y la habilidad de éstas para adaptarse a una mayor competencia, sea cada vez más complicada.

Una herramienta o elemento que ha permitido contrarrestar esta situación adversa es la *planeación estratégica o planeación a largo plazo*, que es una forma

de conducción del cambio basada en un análisis participativo de situación y de su posible evolución y en la definición de una estrategia de inversión de los recursos disponibles en los factores críticos. Es el análisis y evaluación de las oportunidades o limitaciones que ofrece el entorno de la empresa, como de las fortalezas y debilidades propias de la empresa, y se proyecta a futuro definiendo los objetivos, metas y estrategias que harán posible su alcance; es también un proceso sistemático y permanente, que tiene un impacto significativo en el futuro de la empresa

La importancia de la planeación a largo plazo radica en que da orden y coherencia a los esfuerzos que realiza una empresa y ayuda a los responsables de las empresas a visionar su futuro y desarrollar los procedimientos y acciones necesarias para lograrlo; trata de eliminar esfuerzos inconexos y aislados, las decisiones improvisadas, modificándolas a un conjunto coordinado y uniforme de actividades, esfuerzos y decisiones, que ayudan a reducir el grado de incertidumbre para prever futuros fracasos y desviaciones de la dirección estratégica de la organización. Todo esto se ven plasmados en modelos de planeación, que según Sallenave (1994), un modelo conceptual es aquel que presenta una idea de lo que debería ser en general, o una imagen de algo formado mediante la generalización de particularidades. A cambio, un modelo operativo es el que se usa en realidad en las empresas. Existen diversos modelos como autores que escriben sobre planeación estratégica que pueden ser empleados por las empresas de acuerdo a sus necesidades y recursos disponibles.

La adopción y selección de un modelo estratégico juega un papel de importancia, ya que el mismo nos indica la secuencia de acciones y elementos a considerar, como parte del diseño estratégico a desarrollar; que para nuestro trabajo de investigación se ha optado por considerar, seleccionar y evaluar el que más se adecua al contexto y situación actual de la empresa de transportes ITTSABUS: el modelo de planeamiento estratégico de George Morrissey.

Describiremos los modelos conceptuales de: Steiner, Fred David, Jean Paul Sallenave y de George Morrissey; es importante indicar que se hace una mención de los principales elementos y fases que caracterizan a cada modelo, y en especial el de G. Morrissey que es el modelo que aplicaremos en nuestro trabajo de investigación.

Modelo de planeación de George Steiner

George Steiner planteó en 1996 un modelo conceptual sobre la estructura y el proceso de la planeación. En este modelo podemos encontrar las posiciones que sirven como fundamento para la planeación, las que son:

Los propósitos básicos socioeconómicos.

Los valores de la alta gerencia.

Los estudios del medio ambiente.

Propósitos Básicos Socioeconómicos: Son aspiraciones fundamentales de orden socioeconómico que una empresa desea satisfacer a través de su existencia. Los propósitos básicos son aquellas finalidades que definen la razón de la existencia de la organización, así como su naturaleza y carácter esencial. Los propósitos básicos socioeconómicos son los lineamientos de finalidad que la sociedad espera de la institución de negocios. Si esta no lo establece no podrá sobrevivir; esto significa que la sociedad demanda de las empresas, que utilicen los recursos de que disponen para satisfacer los deseos o necesidades de la sociedad.

Planeación estratégica (Largo Plazo)

Para Steiner, la planeación estratégica, se refiere a la planeación en el horizonte temporal del largo plazo en la cual se debe declarar la misión de la compañía e identificar los objetivos principales de la organización, las políticas y las estrategias que gobernarán la adquisición, uso y asignación de recursos para el logro de los objetivos.

Planeación táctica (Mediano Plazo)

Se refiere a la formulación, detalle, coordinación e integración de los planes de las áreas funcionales de un negocio para desplegar o asignar los recursos hacia el

logro de los objetivos, tomando en cuenta las políticas y estrategias señaladas en el proceso de Planeación Estratégica. Normalmente se contempla un horizonte temporal de cinco años; sin embargo, los planes se desarrollan a profundidad para cada año de ejecución.

Planeación Operativa (Corto Plazo)

Los detalles de los programas a mediano plazo no son de la profundidad suficiente para las operaciones corrientes, por lo tanto se requiere un grupo de planes a corto plazo. Por ende, se incluyen una serie de estudios específicos para ejecutar el proceso de planeación orientados a permitir una perfecta ejecución de las actividades. El modelo de Steiner contempla una serie de consideraciones generales que deben realizarse durante todo el proceso de manera continua si se desean obtener resultados óptimos:

Pruebas de factibilidad.

Organización para la implementación de la planeación.

Revisión y evaluación de los programas de planeación

Retroalimentación.

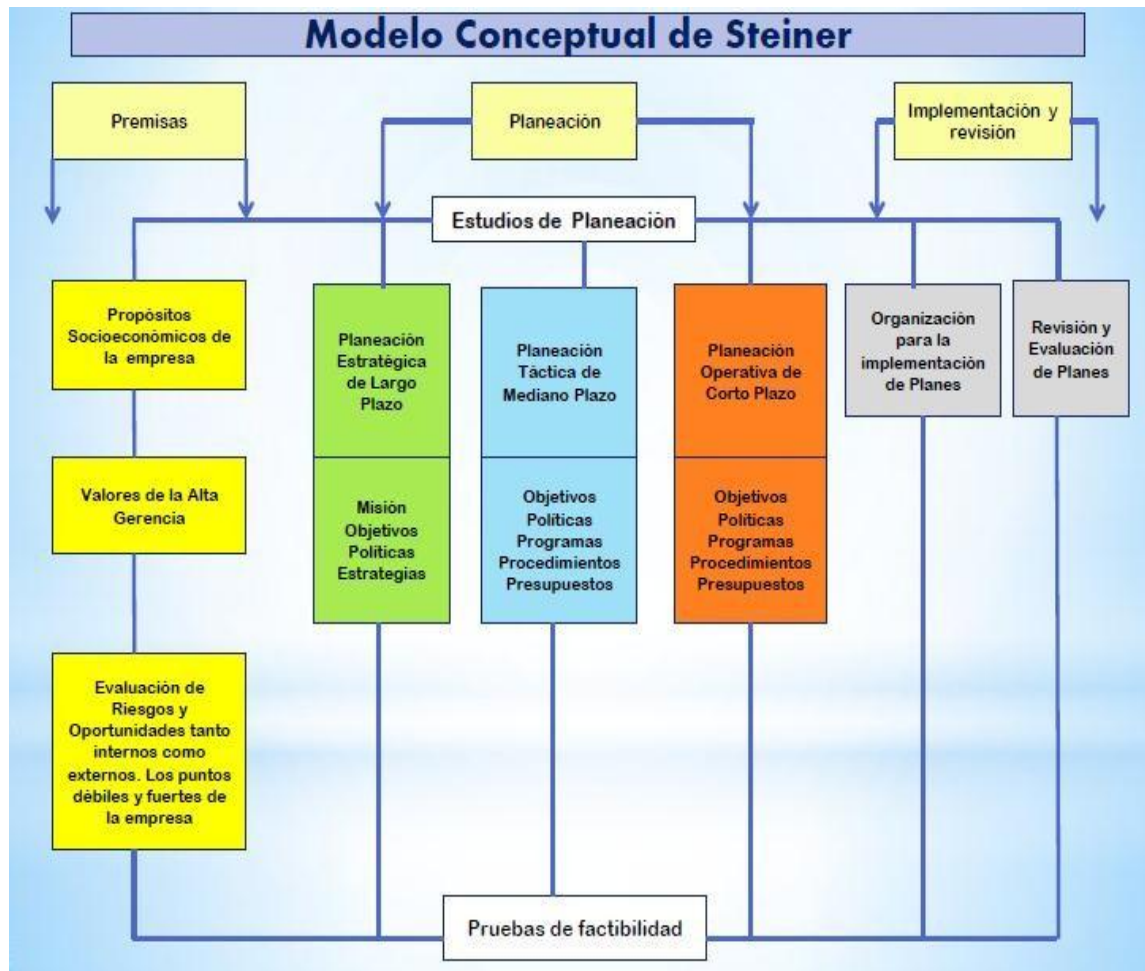


Figura 1. Modelo Conceptual de George Steiner

Modelo de planeación estratégica de Fred David

Uno de los primeros y principales modelos de planeación estratégica es el propuesto por Fred David en 1991. Debe decirse que este modelo se configura como un mecanismo de aplicación del proceso de la administración estratégica.

Este modelo nos propone una secuencia de tres grandes etapas:

- Formulación de la estrategia;
- Implantación de estrategias; y
- Evaluación de estrategias.

Cada etapa contiene una serie de fases como son:

Formulación de la estrategia

Desarrollo de las declaraciones de la visión y la misión.

Realización de una auditoria externa e interna.

Establecimiento de los objetivos a largo plazo.

Creación, evaluación y selección de las estrategias.

Implantación de estrategia

Determinación de los asuntos relacionados con la gerencia.

Determinación de los asuntos relacionados con la mercadotecnia, finanzas, contabilidad, investigación y desarrollo además de los sistemas de información de la gerencia.

Evaluación de la estrategia

Medición y evaluación del rendimiento.

Para la ejecución de las etapas descritas se emplean una serie de técnicas y herramientas a saber:

Formulación de la estrategia

Conformado por lo que sería la entrada de datos, requiere una auditoría tanto externa como interna para lo cual se utilizan:

La Matriz de Evaluación de Factores Internos.

La Matriz de Evaluaciones de Factores Externos.

La Matriz del Perfil Competitivo.

Implantación de la Estrategia

Consiste en el marco analítico para la formulación de las estrategias y está enfocada en la generación de estrategias factibles; las técnicas que propone son:

La Matriz de Debilidades, Oportunidades, Fortaleza y Amenazas (DOFA).

La Matriz de Posición Estratégica y Evaluación de la Acción (PEEA).

La Matriz del Grupo Consultor de Boston (BCG)

La Matriz Interna y Externa (MIE).

La Matriz de Gran Estratégico.

Evaluación de la estrategia

Se refiere a la etapa de toma de decisiones formadas por una sola técnica: la Matriz Cuantitativa de Planeación Estratégica (MCPE). En esta matriz se utiliza información de la etapa 1 para evaluar las estrategias que se obtienen en la etapa 2 y afinarlas con la Matriz del Perfil Competitivo (MPC), y con la PEEA (Posicionamiento Estratégico para la Evaluación de la Acción), además con la Matriz Interna y Externa (MIE) para llegar a la Matriz de la Gran Estrategia (MGE) aclara el autor que no se puede perder de vista que los resultados que arrojen las técnicas se debe utilizar aplicando el criterio de los conocedores de la planeación y de la empresa. Las secuencias identificadas en este modelo es de amplio conocimiento, por ello es considerado como una propuesta básica y sencilla del proceso estratégico, sin embargo es importante mencionar que su estudio nos permitirá establecer los elementos de prioridad que deben ser tomados en cuenta, debido a su carácter altamente práctico, que lleva a hacer del mismo un modelo de fácil aplicación.

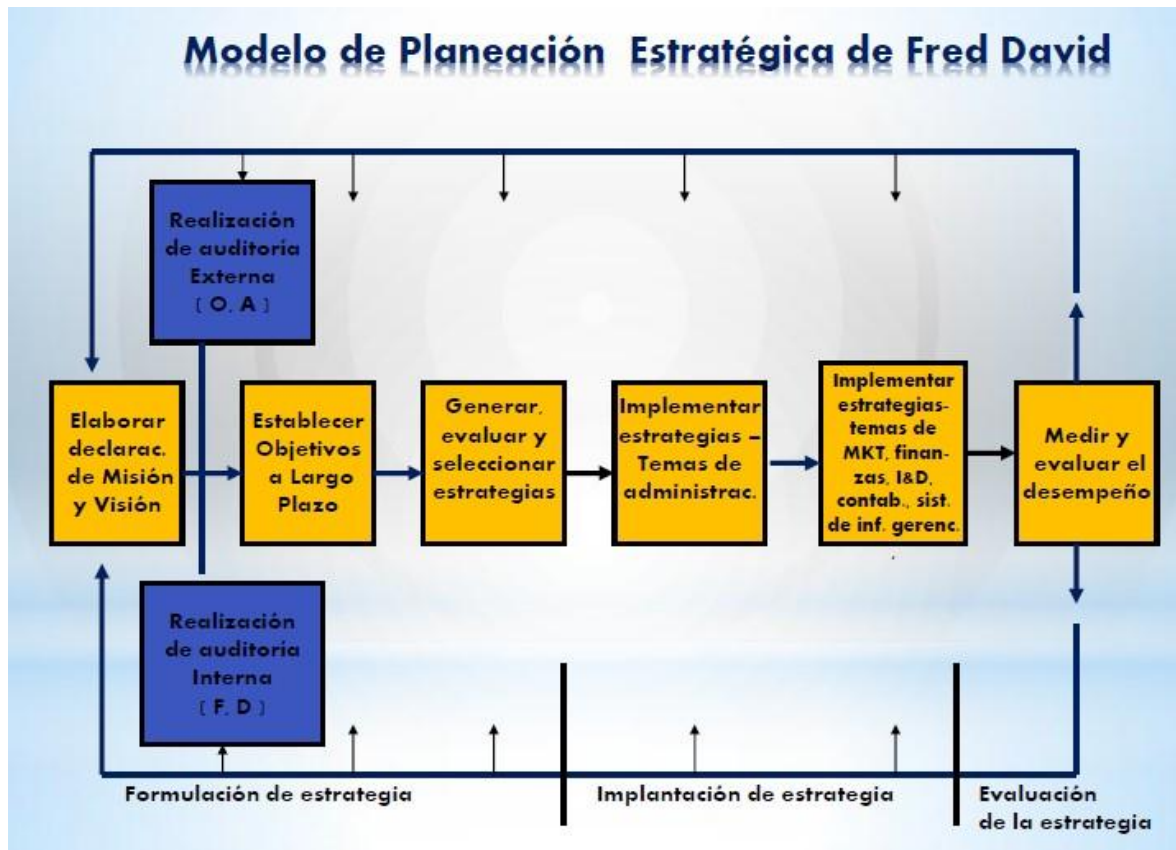


Figura 2. Modelo Conceptual de George Steiner

Fuente: David, Fred R., *Conceptos de Administración Estratégica*, Ed. Pearson, 11ª edición, México. (2008)

El modelo de Jean Paul Sallenave

Sallenave nos dice que la *planeación estratégica* es el proceso que sigue el gerente integral para dirigir y controlar el futuro de su empresa. La planeación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo.

El modelo de planeación estratégica propuesto por Jean Paul Sallenave en su libro *Gerencia y planeación estratégica* (2008), el cual presenta una serie de pasos que son comunes a muchos otros modelos. Entre ellos: la definición de misión, Análisis interno y externo, fijación de objetivos, estrategia deseable y la decisión estratégica. Cabe destacar que, dentro de su modelo, tiene un aspecto importante en el esquema de creación de estrategia. El concepto de estrategia y el de planeación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro

designan una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo, de manera tal que sea posible alcanzar uno o varios objetivos.

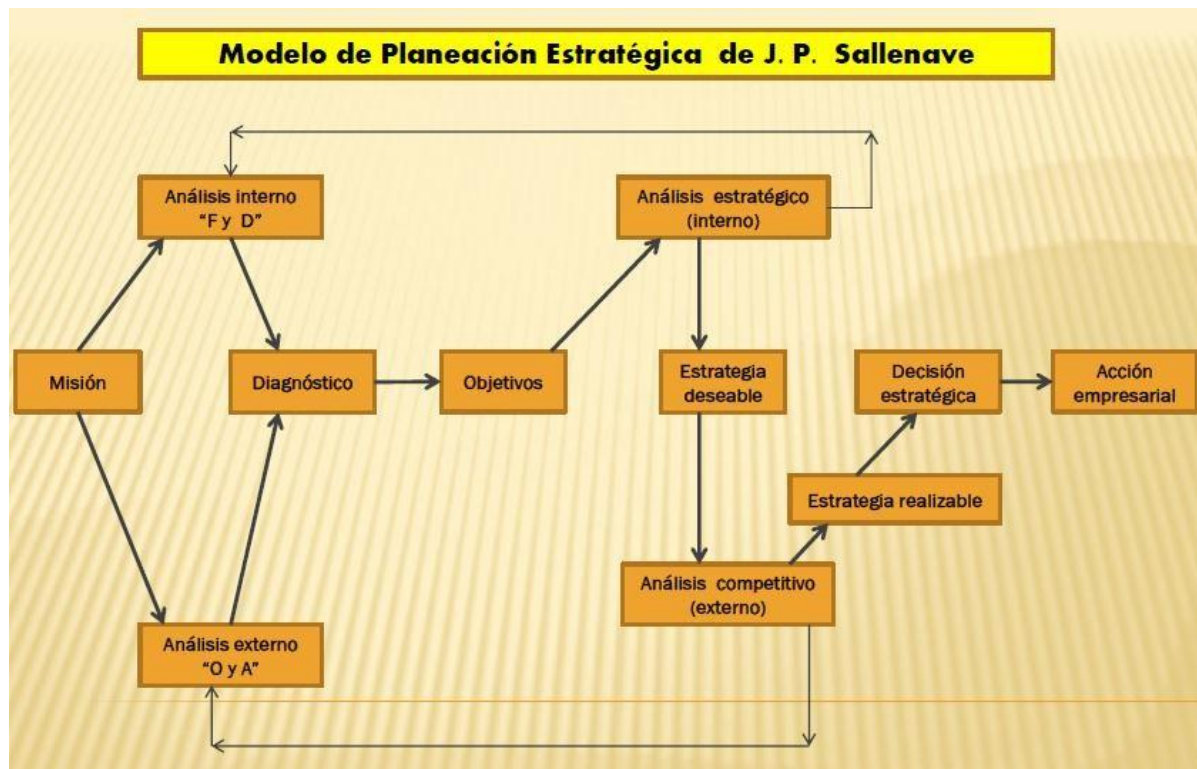


Figura 3. Modelo de planeación estratégica de Sallenave.

Fuente: Sallenave Jean Paul, *Gerencia y planeación estratégica*, Editorial Norma, Colombia. (2008)

Modelo de planeación estratégica George Morrissey

George Morrissey (1996), plantea que en el proceso de planeación hay tres fases: Pensamiento estratégico que enfoca los aspectos más intuitivos del proceso. Permite la ejecución de la misión, visión y la estrategia de la empresa. Fase diseñada para crear la perspectiva futura de la empresa.

Planeación a largo plazo: es la combinación de pensamiento intuitivo y analítico, dará como resultado las proyecciones de las posiciones futuras que la empresa desea alcanzar.

La planeación a largo plazo es el puente entre el pensamiento estratégico y los resultados a corto plazo que necesitan pasarse a las posiciones futuras que se han proyectado. Valida y activa la misión, visión y estrategia.

Planeación táctica: enfoque analítico con algunas alusiones intuitivas que propiciarán las acciones específicas que afecten el desempeño en curso de la empresa.

Diseñada para producir los resultados a corto plazo, necesarios para llevar a cabo la misión y alcanzar las posiciones futuras proyectadas.

Una manera de ver a estos tres componentes importantes es relacionándolos con la perspectiva, la posición y el desempeño. El énfasis de cada uno de los componentes podría describirse como sigue, (Morrisey, 1996):

El pensamiento estratégico lleva a la perspectiva.

La planeación a largo plazo lleva a la posición.

La planeación táctica lleva al rendimiento.

En el presente trabajo de investigación hemos dado un panorama general de cómo se aplicaron los dos primeros elementos del modelo de Morrissey, y en especial en la planeación a largo plazo, que es el tema de nuestra investigación.



Figura 4. Modelo de planeación estratégica de George Morrissey

Fuente: Morrissey, George L. *Planeación a largo plazo. Creando su propia estrategia*. Prentice – Hall Hispano Americana, SA. México. 1996

Pensamiento estratégico: hemos definido cuáles van a ser los valores estratégicos de la organización, los mismos que determinan la cultura organizacional de los que conforman la empresa *ITTSABUS*, es decir las convicciones, habilidades, destrezas, etc., que tiene cada miembro de la empresa, las cuales serán promovidas por la alta dirección. Los valores estratégicos que más resaltan en la empresa son: compromiso con el cliente, trabajo en equipo, creatividad e innovación, respeto a las leyes y actitud al servicio.

También se pudo establecer la misión, visión siguiendo el modelo de Morrissey y se estableció las estrategias de *ITTSABUS* en base a Porter (1994).

Planeación a Largo Plazo: Los planes estratégicos de acción desarrollados en este trabajo de investigación indican los eventos, el tiempo, responsables y los recursos que se necesitan para cumplir con cada uno de los objetivos a largo plazo planteados para la empresa *ITTSABUS*.

Ampliar la línea de servicios de la empresa a fin de obtener un crecimiento en el mercado, mediante el acceso a 10 concesiones de ruta en los próximos 05 años nuevas rutas; concesiones de Lima a: Tumbes, Talara; Paita; Cajamarca; Huaraz; Arequipa y viceversa. De Trujillo a: Tumbes; Cajamarca; Huaraz y viceversa.

Renovar la flota de 18 ómnibuses en los próximos 5 años, de acuerdo a la antigüedad y conforme lo establece el MTC, con unidades modernas y de última tecnología. De esta manera dar un servicio de transporte de pasajeros de calidad y óptimo a los clientes de *ITTSABUS*.

Implementar un Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) en los próximos 02 años, con lo cual se logrará la integración de la información contable y financiera logística, comercial, de RRHH, legal, mantenimiento, flota y tráfico.

Adquirir (02) y alquilar (03) nuevos terminales en los próximos 05 años con la finalidad de cumplir con las nuevas concesiones de rutas y los servicios

ofertados a las mismas lo que significará una mayor participación en el mercado.

Capacitar y motivar al personal de la empresa en los próximos 03 años, lo que hará que estos desempeñen sus actividades diarias de manera adecuada, dando a los clientes un excelente servicio.

Incrementar la rentabilidad financiera al 13% en los próximos 05 años, mediante la diversificación de servicios y optimización de los recursos; reducción de costos y gastos e incremento de la utilidad.

Desarrollado el pensamiento estratégico y el plan a largo plazo de acuerdo al modelo de George L. Morrissey, se está en condiciones de desarrollar el Plan Táctico.

Modelos teóricos sobre rentabilidad

Valor económico agregado (EVA)

Origen

Apaza, M. (2005) asegura que aunque el EVA y generación de valor han aparecido como desarrollo de la última década, la teoría económica y financiera se ha aproximado a estos conceptos hace bastante tiempo.

El mismo autor nos dice que la primera noción de EVA fue desarrollada por Alfred Marshall en 1890 en *The Principles of Economics*: Cuando un hombre se encuentra comprometido en un negocio, sus utilidades para el año son el exceso de ingresos que recibió del negocio durante el año sobre sus desembolsos del negocio. La diferencia entre el valor del activo fijo, los inventarios, etc., al final y al comienzo del año, es tomada como parte de sus entradas o como parte de sus desembolsos, de acuerdo a si se ha presentado un incremento o un decremento de valor. Lo que queda de sus utilidades después de deducir los intereses sobre el capital a la tasa corriente es llamado generalmente su utilidad por emprender o administrar.

El concepto EVA es una variación de lo que tradicionalmente se ha llamado “Ingreso o Utilidad Residual”, que se definía como el resultado que se obtenía al restar la utilidad operacional los costos de capital. La idea de utilidad residual apareció en la literatura de teoría contable de las primeras décadas de este siglo.

Al respecto Li, F. (2010) sostiene que la idea del beneficio residual apareció a principios del siglo XX, en la literatura contable. Church lo introdujo en 1917 y luego, en 1924, Scovell citó el beneficio residual; ya para 1960 aparece dicho concepto y se contempla en la literatura de la contabilidad gerencial. Diez años más tarde, para la década de los 70, los académicos finlandeses discuten sobre dicho tema y en 1975 Virtanen lo define como un retorno sobre inversión, para la toma de decisiones gerenciales.

Si se aprecian estos antecedentes, surge la pregunta ¿por qué aparece el EVA recientemente? La respuesta es simple, porque la consultora Stern Stewart & Co., hizo grandes esfuerzos publicitarios y de mercado para desarrollar un producto que tiene su marca, pero que se basa en la teoría financiera y económica de muchos años.

Definición

Peter Drucker (1999) citado en Martin & Petty (2001) fundamento:

El EVA se basa en algo que conocemos desde hace mucho tiempo. Lo conocemos como beneficio, el dinero que queda para pagar los recursos propios, no es beneficio. Hasta que una empresa no otorga un beneficio que sea superior al coste de capital, tendrá pérdidas, da lo mismo que pague impuestos como si tuviera un beneficio real. La empresa renta menos a la economía de lo que consume en recursos [...] Hasta ese momento no crea riqueza; la destruye. (p. 68)

Para Apaza (2005) el EVA ha sido calificado por la revista Fortune como “la verdadera clave para crear valor”. Añade que su elemento distintivo es la inclusión

de un cargo por el costo de capital proveniente tanto de la deuda como de los accionistas. El autor antes señalado explica que el concepto EVA es más que una medida de actuación, es parte de una cultura: La Gerencia del Valor, que es una forma para todos los que toman decisiones en una empresa se coloquen en una posición que permita delinear estrategias y objetivos encaminados fundamentalmente en la creación de valor.

Li (2010) dice que el EVA es un método de desempeño financiero para calcular el verdadero beneficio económico de una empresa.

Amat (1999) citado en Ricra (2013) define al EVA como: “Una herramienta que permite calcular y evaluar la riqueza generada por la empresa, teniendo en cuenta el nivel de riesgo con el que opera”.

Van Horne (2010) define al EVA como: “La ganancia económica que obtiene una compañía después de deducir los costos de capital [...] De manera más específica, es la ganancia operativa después de impuesto (GONDI) menos el cargo de la cantidad monetaria de costo de capital por el capital empleado”.

Objetivos del EVA

Amat, O. (1999) propone los siguientes objetivos del EVA:

Puede calcularse para cualquier empresa y no sólo para las que cotizan en bolsa. Puede aplicarse tanto al conjunto de una empresa como a cualquiera de sus partes (centros de responsabilidad, unidades de negocio, filiales, etc.).

Considera todos los costos que se producen en la empresa, entre ellos el costo de financiación aportada por los accionistas.

Considera el riesgo con el que opera la empresa.

Desanima prácticas que perjudiquen a la empresa tanto a corto como a largo plazo.

Aminorar el impacto que la contabilidad creativa puede tener en ciertos datos contables, como las utilidades, por ejemplo.

Ser fiable cuando se comparan los datos de varias empresas.

El modelo EVA

Apaza (2005) nos explica que toda empresa tiene diferentes objetivos de carácter económico-financiero. A continuación se enuncian las más importantes:

Aumentar el valor de la empresa y, por lo tanto, la riqueza de los propietarios.

Este objetivo incluye las siguientes metas:

Obtener la máxima utilidad con la mínima inversión de los accionistas.

Lograr el mínimo costo de capital.

Trabajar con el mismo riesgo. Para conseguirlo, se deben lograr las siguientes metas:

Proporción equilibrada entre el endeudamiento y la inversión de los propietarios.

Proporción equilibrada entre obligaciones financieras de corto plazo y las de largo plazo.

Cobertura de los diferentes riesgos: de cambio, de intereses del crédito y de los valores bursátiles.

Disponer de niveles óptimos de liquidez. Para ello se tienen las siguientes metas:

Financiamiento adecuado de los activos corrientes.

Equilibrio entre el recaudo y los pagos.

Cálculo del EVA

El autor Li (2010) postula que el EVA considera la productividad de todos los factores utilizados para realizar la actividad empresarial. Se crea valor en una empresa cuando la rentabilidad generada supera al costo de oportunidad, con los recursos utilizados por la empresa, con relación al valor que se generaría en una actividad parecida en el entorno.

$$(\text{ROI} - \text{WACC}) * \text{ACTIVO TOTAL}$$

Componentes del EVA

Utilidad antes de intereses y después de impuestos (UAIDI)

Amat (1999) sostiene que el UAIDI es una de las tres grandes variables que inciden en el EVA que genera una empresa y, sin duda, una de las formas de aumentar este valor para los accionistas es incrementándolo (p.40).

Así mismo explica que las utilidades de las actividades ordinarias antes de intereses y después de impuestos (UAIDI) excluyen las utilidades extraordinarias para centrarse en las que son consecuencia de la actividad típica de la empresa y cuyo cálculo se puede obtener a partir de la utilidad neta incorporando los gastos financieros y restando las utilidades extraordinarias, en caso que hayan pérdidas extraordinarias, éstas se sumarán a dicha utilidad:

Utilidad Neta

Gastos financieras

Utilidades extraordinarias

Pérdidas extraordinarias

Utilidad de las actividades ordinarias antes de intereses y después de impuestos (UAIDI)

Valor contable del activo

Amat (1999) nos dice que el activo es otra de las tres grandes variables que inciden en el EVA que genera una empresa. Una de las formas de aumentarlo es reducir el valor del activo o invertir en activos que rindan por encima del costo de capital de la empresa. El valor del activo es el que se obtiene a partir del valor de adquisición de los activos una vez deducidas las deprecia. Así mismo sostiene que para determinar los activos que se considerarán existen varias opciones, por lo que éste es un tema que debe negociarse previamente con los directivos que van a ser evaluados a través del EVA:

El Valor de Adquisición, la utilización del valor de adquisición de los activos presenta la gran ventaja de que su determinación es objetiva y, además, es el que suele prescribir la legislación contable.

Valor de Mercado, éste es el precio que se pagaría hoy en el mercado de activos. Es una alternativa al valor de adquisición, en razón de que la principal crítica que se le formula al valor de adquisición es que su importe puede ser muy diferente del valor de mercado actual de los activos, que es en lo que realmente están invirtiendo los accionistas. Estas diferencias entre valores contables y valores de mercado pueden ser importantes en el caso de los activos fijos, tales como los terrenos y edificios.

Los activos por considerar pueden ser los existentes a principios del ejercicio, los existentes al final, o un promedio. En general, el criterio más extendido entre las empresas que usan el EVA es del promedio.

Se puede considerar el activo total, o bien el activo neto, que se obtiene deduciendo del activo total la financiación automática sin coste explícito que aportan los proveedores, la seguridad social y la hacienda pública, como consecuencia de las actividades propias de la empresa.

En términos generales, para el cálculo del activo a efectos del EVA, se recomienda:

Usar los valores de mercado de los activos

Calcular el valor promedio de los activos utilizados en el periodo.

Deducir del activo la financiación automática que proporcionan los proveedores, hacienda pública, seguridad social. De este modo, se trabajará con el activo neto.

Activos (valor de adquisición)

Depreciación

Minusvalías

Financiación automática de proveedores, hacienda pública, seguridad social

Plusvalías

Activo neto (valor de mercado)

Ajuste del activo para aumentar su fiabilidad

Amat (1999) sostiene que se hace necesario tomar medidas para que el activo sea de magnitud fiable y para que, además, pueda ser comparable con el de otras empresas. Así pues, mientras la normativa contable no reduzca las posibilidades de elección de alternativas de contabilidad diferentes, es preciso ajustar los datos de cómputo para que los criterios contables utilizados durante los ejercicios analizados sean idénticos, he aquí algunos de ellos:

Cuantificación de los valores de mercado.

Determinación de los activos medios.

Actualización de balances.

Costos indirectos de producción imputados en los activos fijos producidos en la empresa.

Activación de gastos de mantenimiento, reparaciones, mejoras, ampliaciones o modernizaciones.

Depreciación de los activos fijos.

Estimaciones realizadas en relación con provisiones y ajustes por periodificación.

Valoración de las existencias.

Contabilización de las operaciones de venta en cartera (factoring).

Operaciones con empresas Vinculadas

Distinción entre utilidades ordinarias y extraordinarias.

Conversión de operaciones en divisas.

Conversión de cuentas de filiales de otros países.

Ajustes por inflación

Criterios de consolidación.

Return on investment (ROI)

Según Amat, O. (1999) la rentabilidad del activo o ROI (Return on Investment) es un indicador muy utilizado en la evaluación de filiales de empresas multinacionales o de unidades de negocio. Se calcula dividiendo la utilidad, antes

de intereses e impuestos, generada por los activos utilizados, de ser posible los activos promedios del periodo analizado.

$$\text{ROI} = \frac{\text{Utilidad antes de intereses e impuestos}}{\text{Activos}}$$

Costo de capital

Definición

Forsyth (2006) define al costo de capital como la rentabilidad mínima exigida por los inversionistas de un proyecto o empresa, la cual se determina tomando como referencia la rentabilidad y riesgo similar de otras alternativas de inversión.

Así mismo Van Horne (2010) dice que el costo de capital es la tasa de rendimiento requerida sobre los diferentes tipos de financiamiento y que el costo total de capital es un costo promedio ponderado de las tasas de rendimiento requeridas individualmente.

Por otro lado Tong (2013) precisa que se conoce con el término de costo de capital al costo de obtener financiamiento y que en general una empresa tiene a disposición dos clases de fuentes de financiamiento: deuda y aporte o capital propio (patrimonio).

El costo de capital en la toma de decisiones

Apaza & Estela (2001) expresan que “las principales decisiones financieras de una organización empresarial comprenden la determinación de la mejor alternativa de inversión, selección del esquema de financiamiento adecuado y definición de una apropiada política de dividendos; siendo el objetivo final maximizar el valor de las acciones de la empresa” (p. 307).

Añaden también que los recursos que utiliza la empresa para financiar sus inversores vienen a constituir su capital, de modo que el costo de capital viene a ser el retorno porcentual mínimo que exigen los acreedores e inversionistas por financiar la inversión de la empresa; la determinación adecuada de este costo

facilitará la toma de decisiones.

Componentes individuales del costo de capital

Ross, Westerfield & Jaffe (2012) dicen: “Siempre que una empresa tiene excedentes de efectivo, le es posible tomar una de dos acciones. Pueden pagar el efectivo de forma inmediata como un dividendo. Asimismo, puede invertir los excedentes de efectivo en un proyecto y pagar los flujos de efectivo futuros de dicho proyecto como dividiendo. ¿Qué preferirían los accionistas? Si un accionista puede reinvertir el dividendo en un activo financiero (una acción o un bono) con el mismo riesgo que el del proyecto, desearía la alternativa que tuviera el rendimiento esperado más alto”. Por lo antes señalado es importante precisar el cálculo de las distintas fuentes de financiamiento que servirán de ayuda en la toma de decisiones de los acciones ya que les permitirá saber si optar por aportar capital propio o obtener dinero de terceros.

Costo de la deuda

Ross, Westerfield & Jaffe (2012) señalan que el costo de la deuda es mucho más fácil de determinar, simplemente es el costo del endeudamiento y que para obtener esta información la empresa puede consultar el rendimiento de los bonos que cotizan en bolsa, o bien, hablar con bancos comerciales y de inversión.

Costo de la deuda después de impuestos

Brealey, Myers & Marcus (2004) concuerdan que los impuestos son importantes porque los pagos de intereses se deducen del beneficio neto, en consecuencia, el coste para la empresa del pago de intereses se reduce precisamente por este ahorro impositivo, calculándose de la siguiente manera:

$$K_i = K_d * (1-T)$$

Dónde:

K_i = Costo de la deuda después de impuesto.

K_d = Costo de la deuda antes de impuesto.

T = Tasa fiscal

Costo de las acciones preferenciales

Van Horne (2010) señala que el costo de las acciones preferenciales es una función de su dividendo establecido y que este dividendo no es una obligación contractual de la empresa, más bien se paga a discreción del consejo directivo de la empresa.

Tong (2013) especifica que la acción preferencial o preferente, diferencia del bono, no tiene vencimiento y, como su dividendo es fijo (no crece), estamos ante una perpetuidad.

En general los dos concuerdan que el costo de esta fuente será:

$$K_p = \frac{D_p}{P_0}$$

Dónde:

K_p = Costo de las acciones preferentes

D_p = Dividendo

P_0 = Precio actual de la acción preferente

Costo de capital accionario

De Jaime (2010) postula que al hablar del coste de los fondos propios se está hablando de las estimaciones y expectativas de rendimientos que pueden tener una multiplicidad de acciones o propietarios, la gran dificultad estriba en la adecuada cuantificación de su coste, puesto que es muy difícil cuantificar las diferencias de expectativas que tengan todos y cada uno de los accionistas. Muchos autores concuerdan que medir el costo de capital del accionista es muy complicado, por lo que han planteado distintos modelos para calcularlo.

Modelo de descuento de dividendos con crecimiento constante

Este modelo puntualiza que el precio de una acción es igual al valor presente de todos sus dividendos y además se espera que los dividendos crezcan a una tasa constante, por lo que la fórmula sería:

$$P_0 = \frac{D_1}{(r - g)}$$

Donde:

P_0 = Valor de acción común

D_1 = Dividendo del periodo 1

r = Retorno requerido del accionista

g = Tasa de crecimiento constante

Si se despeja “ r ”, el costo de capital sería:

$$r = \frac{D_1}{P_0} + g$$

$$K_e = r = \frac{D_1}{P_0} + g$$

Costo promedio ponderado de capital (CPPC)

Se le denomina ponderado porque tanto los costos implícitos como explícitos se ponderan por su respectivo tamaño de financiamiento sea interno o externo.

León de la Cruz (2012) precisa que el modelo de Costo Promedio Ponderado de Capital, tiene sus bases en el hecho de que los negocios en promedio no son autofinanciados, sino que a medida que su ciclo se alarga, estos negocios tienden a tener mayores o menores niveles de deuda, entonces es natural suponer que existen dos fuentes de financiamiento, el capital propio por un lado y el capital financiero por otro. Para León se desprenden dos clases de costos:

Costos explícitos

Es la fuente de financiamiento externa; es decir, observable, en este sentido todo financiamiento externo sea mediante bonos o crédito bancario, tiene un costo observable, por general este costo se relaciona con la tasa de interés activa

cuando los fondos provienen de la banca y se relaciona con el rendimiento exigido por los tenedores de bonos, cuando el financiamiento es vía la emisión de estos instrumentos.

Costos implícitos

Es el costo que el inversionista no visualiza de modo tangible un costo por sus aportes patrimoniales, se supone que lo hace en función a un costo implícito, un costo no observable pero existente, la idea de este costo predomina no solo cuando se hace aportes de capital, sino también cuando las inversiones del negocio se hacen considerando las utilidades retenidas, fondos que pertenecen en mejor de los casos a los dividendos de los accionistas.

El modelo del costo promedio ponderado de capital

Para el cálculo del costo promedio ponderado de capital aplicará la siguiente fórmula:

$$CPCC = \frac{Kc \cdot \text{Patrimonio}}{\text{Activo}} + \frac{Kd \cdot \text{Pasivo}}{\text{Activo}}$$

Dónde:

Kc = Costo de capital

Kd = Costo de la deuda después de impuesto

Rentabilidad

Concepto

Zamora (2008) define a la rentabilidad como la relación que existe entre la utilidad y la inversión necesaria para lograrla, ya que mide tanto la efectividad de la gerencia de una empresa, demostrada por las utilidades obtenidas de las ventas realizadas y utilización de inversiones, su categoría y regularidad es la tendencia de las utilidades. Estas utilidades a su vez, son la conclusión de una administración competente, una planeación integral de costos y gastos y en general de la observancia de cualquier medida tendiente a la obtención de utilidades.

Así mismo señala que la rentabilidad también es entendida como una noción que se aplica a toda acción económica en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados. en la que se movilizan los medios, materiales, humanos y financieros con el fin de obtener los resultados esperados.

Tipos de rentabilidad

Existen diversos tipos de rentabilidad pero los que destacan son: la rentabilidad económica y la rentabilidad financiera.

Rentabilidad económica

Sánchez (2002) define a la rentabilidad económica o de la inversión como una medida, referida a un determinado periodo de tiempo, del rendimiento de los activos de una empresa con independencia de la financiación de los mismos. De aquí que, según la opinión más extendida, la rentabilidad económica sea considerada como una medida de la capacidad de los activos de una empresa para generar valor con independencia de cómo han sido financiados, lo que permite la comparación de la rentabilidad entre empresas sin que la diferencia en las distintas estructuras financieras, puesta de manifiesto en el pago de intereses, afecte al valor de la rentabilidad (p.5).

Calculo de la rentabilidad económica

La rentabilidad económica mide el resultado antes de intereses e impuestos dividido entre el activo promedio total.

$$RE = \frac{\text{Resultado antes de intereses e impuesto}}{\text{Activo total promedio}}$$

Rentabilidad financiera

Sánchez (2002) define a la rentabilidad financiera como una medida de rentabilidad más cercana a los accionistas o propietarios que la rentabilidad económica, y de ahí que teóricamente, y según la opinión más extendida, sea el

indicador de rentabilidad que los directivos buscan maximizar en interés de los propietarios (p.10).

Calculo de la rentabilidad financiera

La rentabilidad financiera mide el resultado neto dividido entre los fondos propios.

$$RF = \frac{\text{Resultado neto}}{\text{Fondos propios}}$$

Marco conceptual

Herramientas:

Según Delgado, H. (2011). Las Herramientas contables son una serie de procesos que tienen como fin colaborar en varios tópicos del sistema como la coherencia de los datos ingresados, la generación automática de asientos, el procesamiento por lotes aplicando una determinada acción, etc.

Algunas de las Herramientas contables son:

Libro de Registro Diario.

El Archivo de Comprobantes.

Los Libros Auxiliares

Renumerar Asientos

Validar Asientos

Sustituir Rubros

Borrar Asientos

Generar Diferencias de Cambio

Generar Asientos desde Comprobantes

Generar Asientos de Resultados

Generar Asientos de Cierre y Apertura

Exportar Asientos

Importar Asientos(p. 9)

Mercados futuros

En el mercado de Futuros se negocian contratos de determinados activos o mercancías estandarizados (tamaño y precio). En el momento de iniciar un

contrato se conoce de antemano el precio pactado para realizar un intercambio en una fecha futura determinada (fecha de vencimiento del contrato). El precio del contrato de futuro se deriva de un activo de referencia o un subyacente, en este mercado existen multitud de activos o materias primas, como puedan ser divisas, acciones, índices bursátiles, oro, petróleo, soja,

Características de los mercados de futuros. Los mercados de Futuros han crecido mucho en los últimos años, en gran parte debido a las ventajas que ofrecen. Con los contratos de futuros se pueden realizar distintos tipos de operaciones entre las que se pueden destacar la especulación, la cobertura de carteras o el arbitraje de precios.

Efecto apalancamiento: La cámara de compensación y el Broker sólo nos exigen un porcentaje del valor nominal del contrato a tener en la cuenta.

Bajas comisiones: Los contratos de futuros tienen unas comisiones reducidas.

Liquidez: Existe un creador de mercado que garantiza un mínimo de oferta y demanda para garantizar la formación de precios.

Diversificación: Nos permite acceder a un gran número de productos financieros.

Riesgo: Nos permite reducir el riesgo de nuestra operativa, puesto que podemos posicionarnos tanto al alza como a la baja, reduciendo e incluso neutralizando el riesgo de la cartera.

Mercado regulado: En el mercado de futuros existe una cámara de compensación, que garantiza la liquidación diaria de las posiciones entre compradores y vendedores.

Liquidación: Los contratos de futuros por diferencias (los más comunes) se liquidan diariamente, haciendo un balance de pérdidas y ganancias diario.

Cámara de Compensación: Garantiza que no haya riesgo de contrapartida. Los que en el día hayan ganado por la diferencia de precios recibirán un ingreso desde las cuentas perdedoras por la diferencia de precio, para ello se encarga la cámara de compensación. (Altair, 2012 p.14)

Tecnología

Se define como el conjunto de conocimientos y técnicas que, aplicados de forma lógica y ordenada, permiten al ser humano modificar su entorno material o virtual

para satisfacer sus necesidades, esto es, un proceso combinado de pensamiento y acción con la finalidad de crear soluciones útiles. La misma responde al deseo y la voluntad que tenemos las personas de transformar el mundo que nos rodea buscando nuevas y mejores formas de satisfacer nuestros deseos. La motivación es la satisfacción de necesidades o deseos la actividad es el desarrollo, el diseño y la ejecución y el producto resultante son los bienes y servicios, o los métodos y procesos (Altair. 2012 p. 34).

Beneficios

Genera una oportunidad de desarrollos conjuntos entre los gobiernos y la iniciativa privada, lo que permite que los desarrolladores privados cubran parte o totalidad de la infraestructura y la operación del transporte público y que se implementen técnicas de captura del valor generando ahorros importantes, asimismo permite revitalizar la economía de barrios políticas publicas referentes a empleo, vivienda o seguridad realizando intervenciones urbanas y de política social. Genera crecimiento y desarrollo económico a través de ya que atrae inversión, genera empleos y aumenta las ventas de los negocios en la zona. El reto es que los empleos y las opciones de movilidad generados permitan una distribución de la riqueza más equitativa, para que los impactos no se limiten a un sector de la población. (Altair. 2012 p. 19).

Recursos propios

Los recursos propios son las aportaciones de los socios que suscriben el capital de una empresa, más las reservas que constituyen para hacer frente a situaciones extraordinarias y los beneficios generados que no hayan distribuido en forma de dividendos entre sus accionistas. Por tanto, se pueden definir como la parte residual de los activos deducidos los pasivos., es decir, la diferencia entre los activos y pasivos de una empresa en un momento determinado:

Recursos propios = Activo – Pasivo

En el balance, las principales partidas en los recursos propios son:

Recursos propios= Capital suscrito (Fondos Propios) + Reservas + Beneficios no distribuidos (resultado del ejercicio)

Capital: aportaciones de los socios.

Reservas: beneficios de años anteriores no distribuidos.

Resultado del ejercicio: beneficios o pérdidas generadas en el ejercicio como la diferencia entre ingresos y gastos del periodo.

En esta categoría, también incluimos aquellos recursos que permiten el desarrollo de su actividad. Debemos tener en cuenta que, si la empresa es capaz de generar grandes beneficios y aumentar su dotación de fondos propios, la aportación a proyectos de inversión o la imputación a gastos, vendrá desde esta fuente y no desde fuente de financiación ajena, disminuyendo la dependencia de deudas con terceros. (Delgado, H. 2011 p.34).

Capacidad para producir

Una de las tareas a las que nos enfrentamos cuando planeamos un sistema productivo en nuestra empresa, es la capacidad de producción. ¿Cuánto producto o servicio estamos en capacidad de fabricar en una jornada de 8 horas? En para la sección de planificación de la producción, resolvemos estos interrogantes aplicando conceptos como capacidad de diseño y capacidad efectiva. Un sistema productivo es planeado a largo, mediano y corto plazo. En este sentido las decisiones a nivel estratégico, táctico y operativo son de gran importancia para la capacidad. Con esto en mente. Se dice que la capacidad a largo plazo se enfoca en más de un año y es a nivel estructural. Esto implica que requiere gran inversión y que su importancia es estratégica. Planear adecuadamente la capacidad a largo plazo es vital, pues junto a la inversión que requiere, que es determinante para demanda posterior. La capacidad a largo plazo se enfoca en más de un año y es a nivel estructural. Esto implica que requiere gran inversión y que su importancia es estratégica. Planear adecuadamente la capacidad a largo plazo es vital, pues junto a la inversión que requiere, también es determinante para demanda posterior. Una capacidad excesiva con una baja demanda, tendrá elevados costos en el funcionamiento de la planta, mientras que una capacidad que no consigue igualar el nivel de demanda, resulta insuficiente conllevando a la pérdida de competitividad. (Delgado, 2011p. 12).

1.4. Formulación del problema

La presente investigación se realizará durante el período 2016 la cual se desarrollará dentro de la Teoría de la Planificación Estratégica de las Organizaciones Privadas, fundamentalmente: la Planeación a Largo Plazo de una Empresa de transporte de pasajeros, traslado de carga, encomiendas y transferencia de dinero.

1.4.1 Problema general

¿Cómo el plan estratégico permite mejorar la rentabilidad en la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016?

1.4.2 Problema específico

Problema específico 1

¿Cómo los mercados futuros mejoran la rentabilidad de la empresa de transporte FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL de la provincia constitucional del Callao año 2016?

Problema específico 2

¿Cómo la tecnología eleva la rentabilidad de la empresa de transporte FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL de la provincia constitucional del Callao año 2016?

Problema específico 3

¿Cómo el Plan Estratégico eleva los recursos propios de la empresa de transporte FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL de la provincia constitucional del Callao año 2016?

Problema específico 4

¿Cómo el Plan Estratégico aumenta la capacidad para producir en la empresa de transporte FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL de la provincia constitucional del Callao año 2016?

1.5 Justificación del Estudio

Justificación Teórica

El propósito de la presente investigación fue elaborar y explicar cómo debe funcionar una empresa de transporte terrestre de pasajeros servicio de carga, encomiendas, y transferencia de dinero, que utiliza cómo técnica la Planeación a Largo Plazo. Pero, ¿qué es la Planeación a Largo Plazo y el porqué de su importancia? Porqué: Mantiene el estudio empresarial tanto en el futuro como en el presente, refuerza los principios adquiridos en la misión, visión y estrategia, fomenta la planeación y la comunicación interdisciplinarias, asigna prioridades en el destino de los recursos, es el puente con el proceso de planeación táctica. Abordar esta investigación es de suma importancia porque se corroborará la mejora de la rentabilidad de la empresa de transporte terrestre de pasajeros FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. Con el estudio de la aplicación de un plan a largo plazo, beneficiando a este sector y a la comunidad en general. La actividad del transporte terrestre en nuestro país constituye un sector importante dentro de la economía nacional, pues permite conectar las diferentes actividades económicas y sociales y, por lo tanto colocar los productos desde su acopio hasta la distribución de los mismos en todo el territorio de la República o en el extranjero, y por otro lado trasladar a las personas hacia otros puntos del territorio nacional.

Justificación Práctica

Es de vital importancia abordar este tema sobre planeación a largo plazo sobre la empresa transporte terrestre FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL., porque a través del estudio va a permitir mejorar su rentabilidad en este rubro. La presente propuesta de estudio podrá ser aplicada en nuestra unidad de análisis constituida por la “Empresa de Transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. El Dorado SAC” y replicarse en las demás empresas como un nuevo modelo para estas empresas.

Justificación metodológica

El diseño de un plan estratégico representará una valiosa herramienta a seguir y podrá ser aplicada tanto por las micro y pequeñas empresas, así como también por medianas y grandes empresas del sector transporte terrestre interprovincial de pasajeros. La Planeación estratégica a Largo Plazo de las actividades futuras de la empresa, en los próximos años, permitirá La Planeación a Largo Plazo de la Empresa de transportes de pasajeros, encomiendas y servicio de traslado de dinero; elaborar un Plan a Largo Plazo de Producción, elaborar un Plan a Largo Plazo de Recursos Humanos, elaborar un Plan a Largo Plazo de Flujo de Fondos, elaborar un Plan a Largo Plazo de Marketing, elaborar un Plan a Largo Plazo de Servicio a Clientes. Se aplicará una combinación de métodos de investigación apropiados como el método de análisis y método descriptivo- explicativo, en función de los paradigmas de la ciencia centrándose el estudio en la empresa transporte terrestre FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL.

1.6 Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Diseñar el plan estratégico que permita mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

1.6.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1

Analizar los mercados futuros para mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

Objetivo específico 2

Diagnosticar la tecnología que eleve la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

Objetivo específico 3

Examinar el plan estratégico que eleve los recursos propios de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

Objetivo específico 4

Determinar el plan estratégico que aumente la capacidad para producir en la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

1.7 Hipótesis**1.7.1. Hipótesis general**

El plan estratégico permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

1.7.2. Hipótesis específicas**Hipótesis específica 1**

Los mercados futuros mejoran significativamente la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

Hipótesis específica 2

La tecnología eleva significativamente la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

Hipótesis específica 3

El plan estratégico eleva significativamente los recursos propios de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

Hipótesis específica 1

El plan estratégico aumenta significativamente la capacidad para producir en la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

CAPÍTULO II:

MÉTODO

2.1 Tipo de estudio

Investigación básica

2.2 Nivel de investigación.Descriptiva

Según Supo ,J.(2014), En las investigaciones descriptivas la finalidad es describir las variables y hacer el estudio de cada una de las mismas a profundidad.

2.3 Diseño de Investigación

Diseño no experimental transversal

No experimental

Es no experimental transaccional con un enfoque cuantitativo

Hernández (2010), describe así la investigación no experimental:

Es la que se realiza sin manipular las variables. Es decir, se trata de una investigación donde no se hace variar intencionalmente las variables independientes, lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después describirlos y analizarlos (p.149).

2.4 Operacionalización de variables

Variable 1: Planificación estratégico

En su forma más simple un plan estratégico es una herramienta que recoge lo que la organización quiere conseguir para cumplir su misión y alcanzar su propia visión (imagen futura). Entonces ofrece el diseño y la construcción del futuro para una organización, aunque éste futuro sea imprevisible.(Pire y Gómez, 2014, p.10).

Variable 2: Rentabilidad

"Las razones de rentabilidad son de dos tipos: las que muestran la rentabilidad en relación con las ventas y las que la muestran en relación con la inversión. Juntas, estas razones indican la efectividad global de la operación de la empresa" (Van Horne, J. & Wachowicz, J., 2013, p.148).

VARIABLES Y OPERACIONALIZACION DE LAS VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Técnicas
Independiente	Georg Steiner ² (1983) define al plan estratégico al "esfuerzo sistemático más o menos formal de una compañía para establecer sus propios propósitos, objetivos políticos y estrategias básicas, para desarrollar planes detallados con el fin de poner en práctica las políticas y estrategias y así lograr los objetivos y propósitos básicos de la compañía.	La Planeación Estratégica o a largo plazo, proporciona las herramientas para establecer un enfoque de las posiciones que la empresa requiere alcanzar tales como: mercados futuros, tecnología, desarrollo humano, y provisiones financieras.	herramientas Mercados futuros Tecnología	Misión Visión Perspectiva futura(Estrategia) Evalúa y activa la Misión ,Visión y estrategia Rendimiento	Ordina Ordinal Ordina Ordinal	EncuEcenso
PLAN ESTRATEGICO						
Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Técnicas
Dependiente	Es un ratio económico que compara los beneficios obtenidos en relación con recursos propios de la empresa. Capacidad para producir beneficios o renta.	Es un ratio Económico-financiero que compara los beneficios económicos obtenidos fundamentalmente la utilidad, con los recursos propios de la empresa. Ortiz H. (2004), La rentabilidad es una medida que relaciona los rendimientos de la empresa con las ventas, los activos o el capital. Se debe entender que este es un valor fuertemente necesario para la vida de la empresa. Además, se puede permitir pérdidas del costo fijo en el corto plazo. Pero no en el largo plazo, puesto que la esperanza actualizada de la utilidad debe ser positivo en el largo plazo. De lo contrario se debe abandonar el negocio y buscar en que sector de la economía pueden los empresarios ser más eficientes para el talento gerencial.	Beneficio Recursos propios Capacidad para producir	Índices Financieros Calidad Eficiencia y seguridad en el servicio de transporte terrestre	Cuan Cuan Cuanti Ordinal	En censo i
RENTABILIDAD						

2.5 Población, muestreo y muestra

Población

La investigación se realizó durante el año 2016, en la empresa de transportes FELIPE J HUANCA ALVITES EIRL. Ubicada en la Prov. Const. Del Callao. En esta investigación participaron Personal de Dirección, Jefes de Áreas y Departamentos, Personal Administrativo, Administradores de Terminales y Oficinas, Jefes de Counters Pasajes, Cargo y Equipajes, Choferes, Terramozas, Personal de Mantenimiento, Counters, Call Centers, Auxiliares Cargo, Equipajes, Estibadores, Limpieza de Buses, a los que se les aplicó encuestas. El total de la población es de 80 colaboradores .

Muestreo

Muestreo intencional o de conveniencia: Este tipo de muestreo se caracteriza por un esfuerzo deliberado de obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos.

Muestra

La muestra de la investigación del estudio que se eligió una muestra por conveniencia que fueron 80 colaboradores, cómo la población es pequeña se tomó a todos los colaboradores

2.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica utilizada en el presente trabajo de investigación es la técnica censal recolectar los datos que brindó la información que se obtuvo acerca de los hechos objetivos que será utilizado para determinar la incidencia que existe entre la gestión de riesgos financieros y la rentabilidad en las empresas del sector bancario. El instrumento utilizado para recolectar la información mencionada fue el cuestionario, el cual permitió recopilar datos de manera confiable con el grado de validez necesario. El formato del cuestionario será redactado en forma de interrogatorio, individual y coherente, con escala de Likert, la cual contó con 5 niveles de respuesta. Con este instrumento se obtuvo la información acerca de las

variables en investigación y así poder dar solución al problema planteado.

Se tomó en cuenta sus principios:

Validez: El instrumento fue verificado por Criterio de Juicio de Experto. Se contó con la participación de 02 doctores y 01 Magíster, proporcionados por la Universidad, quienes se encargaron de validar el cuestionario usado como instrumento por cada una de las variables. El instrumento permitirá inferir conclusiones a partir de los resultados obtenidos.

Según Hernández y otros (2010) se refiere al grado en que el instrumento mide la variable realmente.

Asimismo, Carllessi (2015) expresa que el juicio de experto es una técnica que permite someter a juicio por especialistas, tanto temáticos como metodólogos, con el fin de dar su opinión referente al instrumento. El instrumento usado en la presente investigación ha sido validado por 3 expertos, 2 temáticos y 1 metodólogo:

Tabla 1

Validación de expertos

Expertos	Opinión
Dr. Walter Ibarra Pretell	Aplicable
Dra. Mirna Sndoval Laguna	Aplicable
Mg. Jaime Mendiburu Rojas	Aplicable

Confiabilidad: Señala que el instrumento usado hizo las mediciones de forma estable y consistente, lo cual refleja el valor real de los indicadores, a través de la consistencia de la puntuación obtenida señalada por la persona encuestada.

2.7 Métodos de análisis de datos

El presente trabajo de investigación tuvo por objetivo, Diseñar el plan estratégico que permita mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016 y se

realizó un estudio cuantitativo.

Se realizó una investigación cuantitativa con el fin de utilizar la recolección de datos para probar la hipótesis, con base a una medición numérica y análisis estadístico.

2.7 Aspectos éticos

Se dio cumplimiento a la ética profesional en todo momento para la elaboración de la presente investigación, con principios morales y sociales, desde el enfoque práctico mediante reglas y normas conductuales. Al realizar la investigación, se tomaron en cuenta los siguientes principios: Objetividad, Competencia profesional, Confiabilidad y Compromiso ético profesional. Y las especificaciones internacionales para que las investigaciones tengan los estándares pedidos por la SUNEDU.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1 Análisis de confiabilidad del instrumento

Resultados: V1 Plan estratégico

Tabla 2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	80	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	80	100,0

Tabla 3

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,843	17

Interpretación

La fiabilidad de la escala del instrumento aumentará conforme el valor del Alfa de Cronbach más se aproxime a su valor máximo, 1. Por convenio, se consideró que para garantizar la fiabilidad de la escala, el valor del Alfa de Cronbach fuese mayor o igual a 0,8. Realizado el cálculo del Alpha de Cronbach, se obtuvo para el instrumento en cuestión un valor de 0.921, por lo cual se concluyó que el instrumento es altamente confiable.

Resultados: V2 .Rentabilidad

Tabla 4

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	80	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	80	100,0

Tabla 5

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,832	4

Alfa general

Tabla 6

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,921	21

Discusión

La fiabilidad de la escala del instrumento aumentará conforme el valor del Alfa de Cronbach más se aproxime a su valor máximo, 1. Por convenio, se consideró que para garantizar la fiabilidad de la escala, el valor del Alfa de Cronbach fuese mayor o igual a 0,8. Realizado el cálculo del Alpha de Cronbach, se obtuvo, para el instrumento en cuestión, un valor de 0.921, por lo cual se concluyó que el instrumento es altamente confiable.

3.3 Resultados de Tablas de frecuencia por ítem

Tabla 7

La misión de LA Empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. fue redactada de tal forma que refleja su identidad en forma clara y razonable

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	12	15,0	15,0	15,0
	Indeciso	17	21,3	21,3	36,3
	Probablemente si	29	36,3	36,3	72,5
	Definitivamente si	22	27,5	27,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

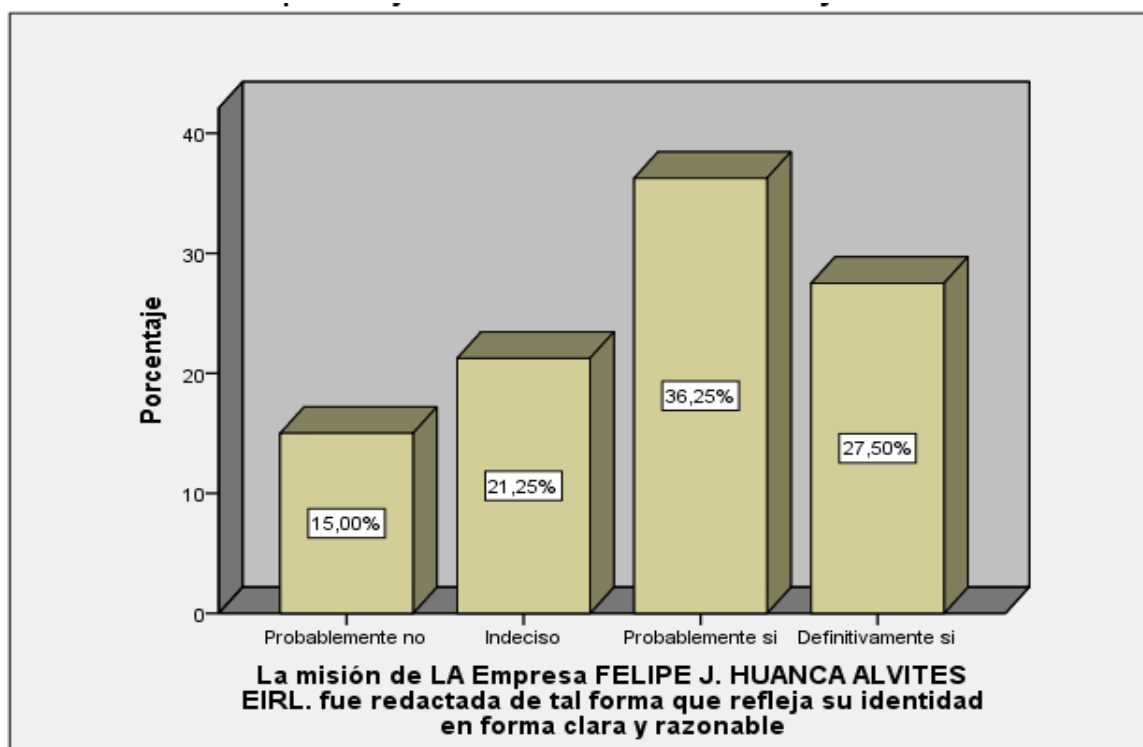


Figura 1. La misión de LA Empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. fue redactada de tal forma que refleja su identidad en forma clara y razonable

A la pregunta la misión de la empresa fue redactada de la forma que refleja su identidad en forma que refleja su identidad en forma clara y razonable los colaboradores responden que probablemente si 36,25% y 27,50% definitivamente si, 21,25% están indecisos y probablemente no 15%.

Tabla 8

En LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. la visión redactada refleje la imagen del futuro deseado o su meta primordial.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	4	5.0	5.0	5.0
	Indeciso	3	3.8	3.8	8.8
	Probablemente si	42	52.5	52.5	61.3
	Definitivamente si	31	38.8	38.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

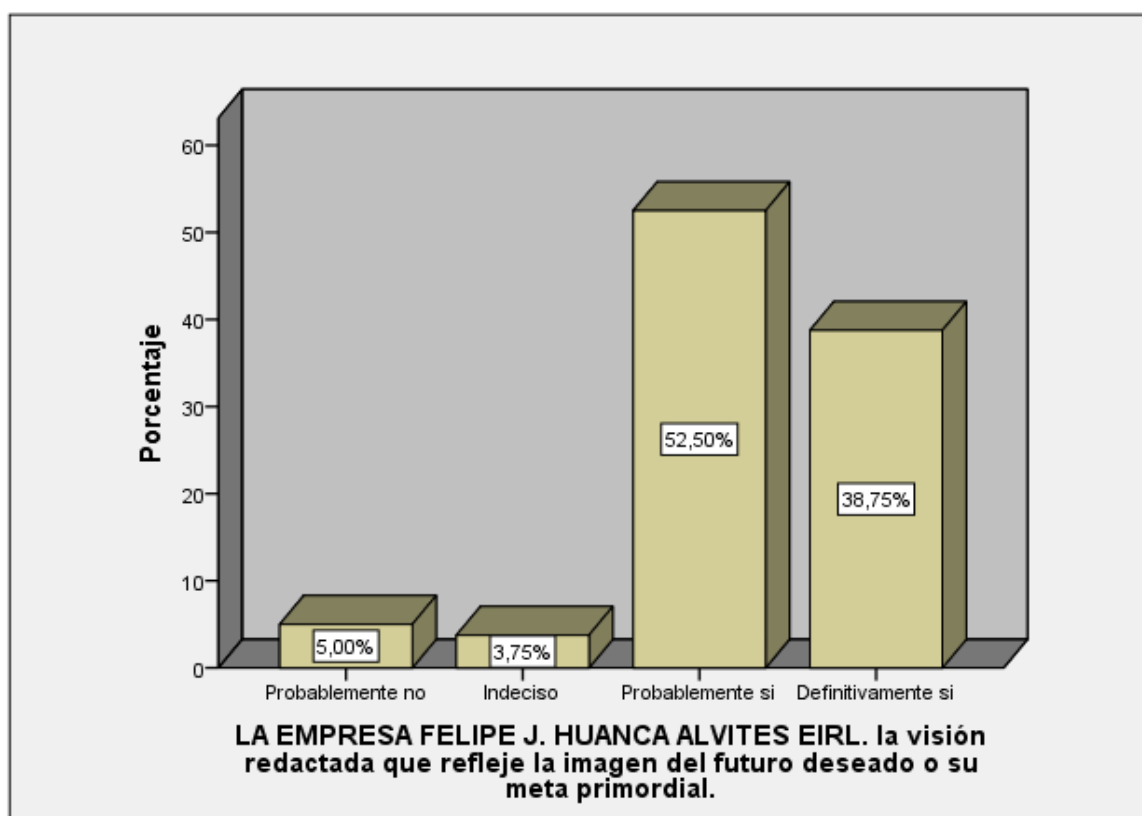


Figura 2. En LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. la visión redactada refleje la imagen del futuro deseado o su meta primordial.

A la pregunta la misión de la empresa fue redactada de la forma que refleja su imagen del futuro deseado o su meta primordial los colaboradores responden que probablemente si 52,50% y 27,50% definitivamente si,38,75%,dicen probablemente no y están indecisos 5%.

Tabla 9

La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. Cuenta con un Planeamiento a Largo Plazo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	14	17.5	17.5	17.5
	Probablemente si	33	41.3	41.3	58.8
	Definitivamente si	33	41.3	41.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

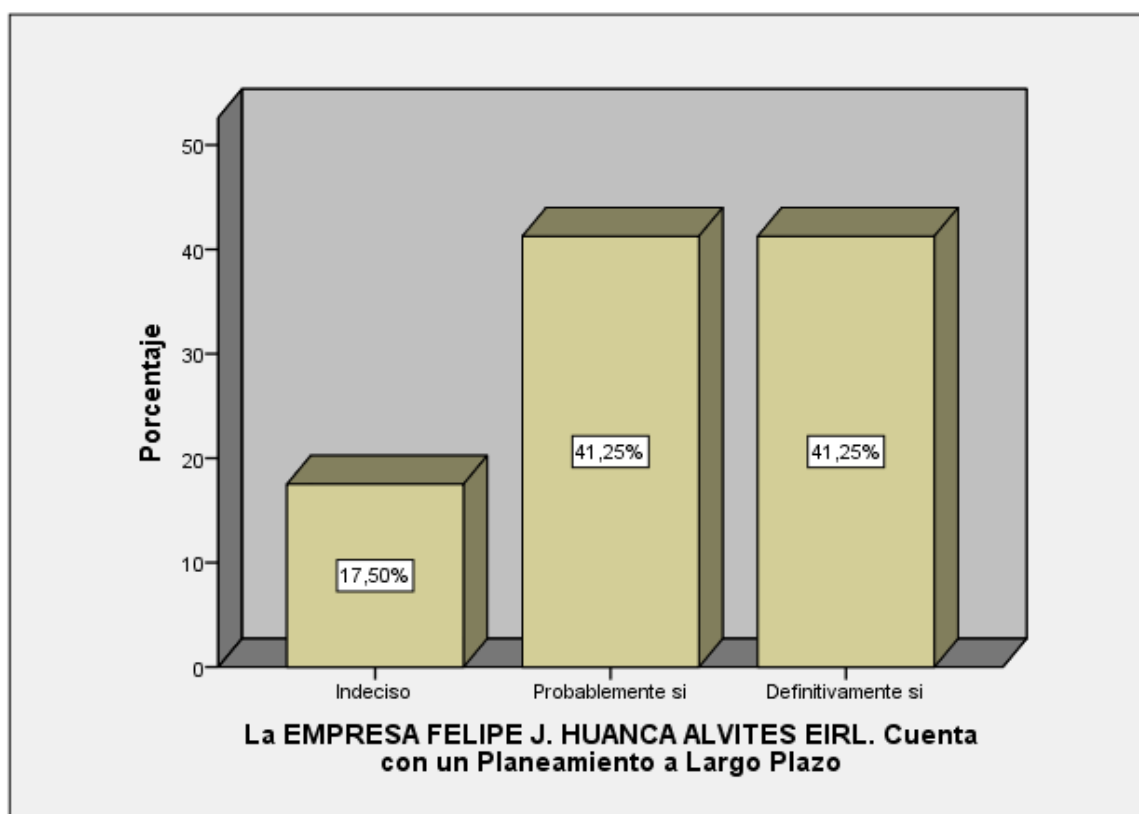


Figura 3. La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. Cuenta con un Planeamiento a Largo Plazo

A la pregunta la Empresa cuenta con un planeamiento a largo plazo los colaboradores responden que probablemente si 41,25% y 27,50% definitivamente si, 41,25% y están indecisos 17,5%.

Tabla 10

Conoce usted la misión y la visión de La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	15	18.8	18.8	18.8
Probablemente si	61	76.3	76.3	95.0
Definitivamente si	4	5.0	5.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

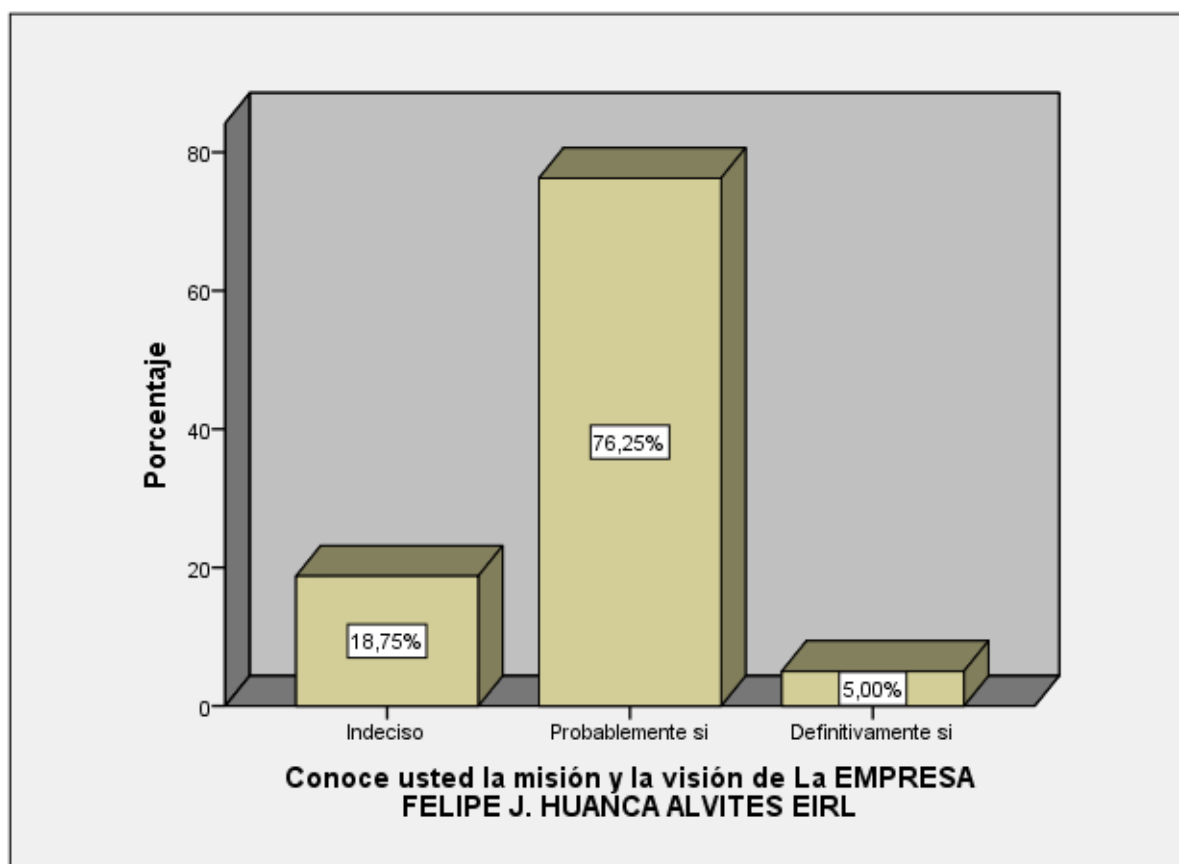


Figura 4. Conoce usted la misión y la visión de La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL

A la pregunta conoce la misión y la visión los colaboradores responden que probablemente si 76,25% , indecisos 18,75% definitivamente si 5%.

Tabla 11

Conoce la existencia de un Planeamiento a Largo Plazo para la empresa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	7	8.8	8.8	8.8
	Probablemente si	41	51.3	51.3	60.0
	Definitivamente si	32	40.0	40.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Grafico N° 5

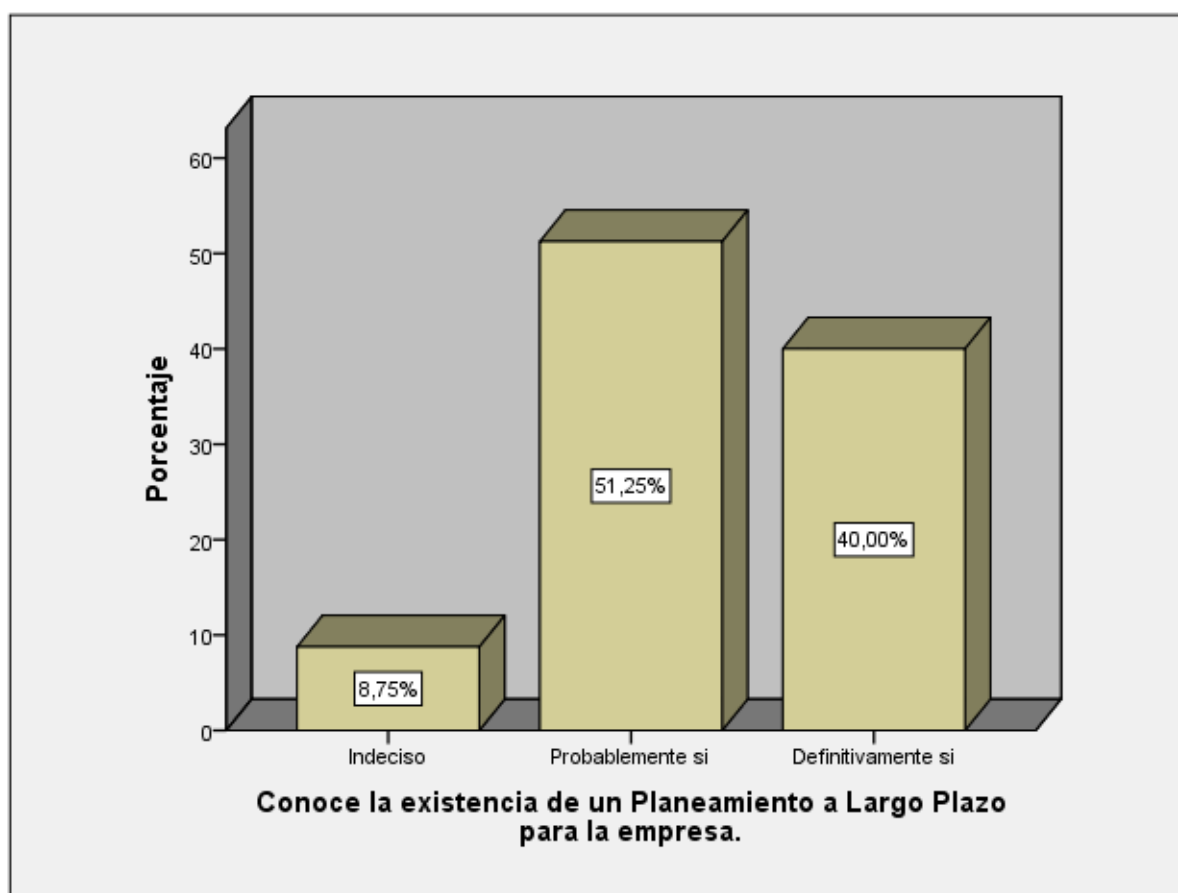


Figura 5. Conoce la existencia de un Planeamiento a Largo Plazo para la empresa

A la pregunta conoce de la existencia de un planeamiento a largo plazo para la empresa los colaboradores responden que probablemente si 51,25%, definitivamente si 40%, indecisos 8,75% .

Tabla 12

Conoce usted la misión y la visión de LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. y cuál es su posición frente a lo planeado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	8	10.0	10.0	10.0
Probablemente si	46	57.5	57.5	67.5
Definitivamente si	26	32.5	32.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Grafico N° 6

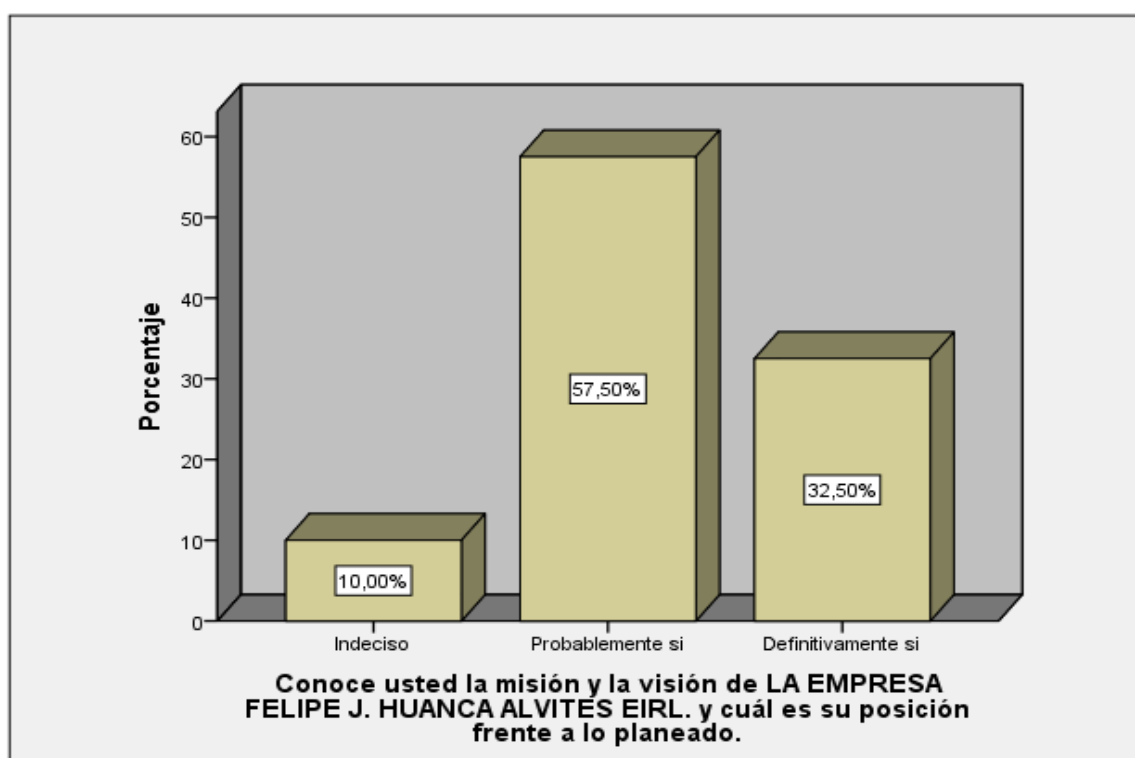


Figura 6. Conoce usted la misión y la visión de LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. y cuál es su posición frente a lo planeado.

A la pregunta conoce de la misión y la visión y cuál es su posición frente a lo planeado los colaboradores responden que probablemente si 57,50%, definitivamente si 32,50%, indecisos 10% .

Tabla 13

LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. la visión redactada que refleje la imagen del futuro deseado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	4	5.0	5.0	5.0
Probablemente si	54	67.5	67.5	72.5
Definitivamente si	22	27.5	27.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

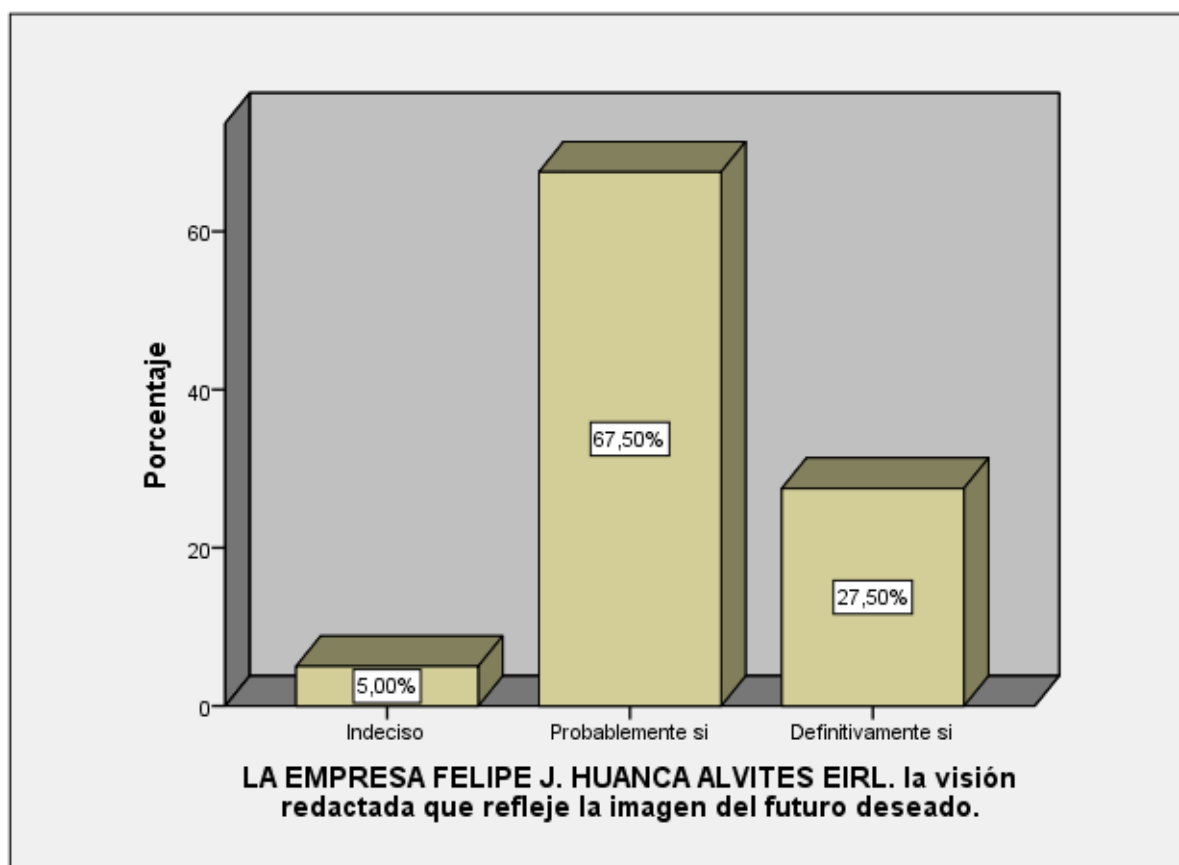


Figura 7. LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. la visión redactada que refleje la imagen del futuro deseado.

A la pregunta la visión redactada refleja la imagen del futuro deseado los colaboradores responden que probablemente si 67,50%, definitivamente si 27,50%, indecisos 5% .

Tabla 14

Cree usted que la EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. le ofrece un crecimiento tanto laboral como profesional

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	4	5.0	5.0	5.0
	Probablemente si	66	82.5	82.5	87.5
	Definitivamente si	10	12.5	12.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

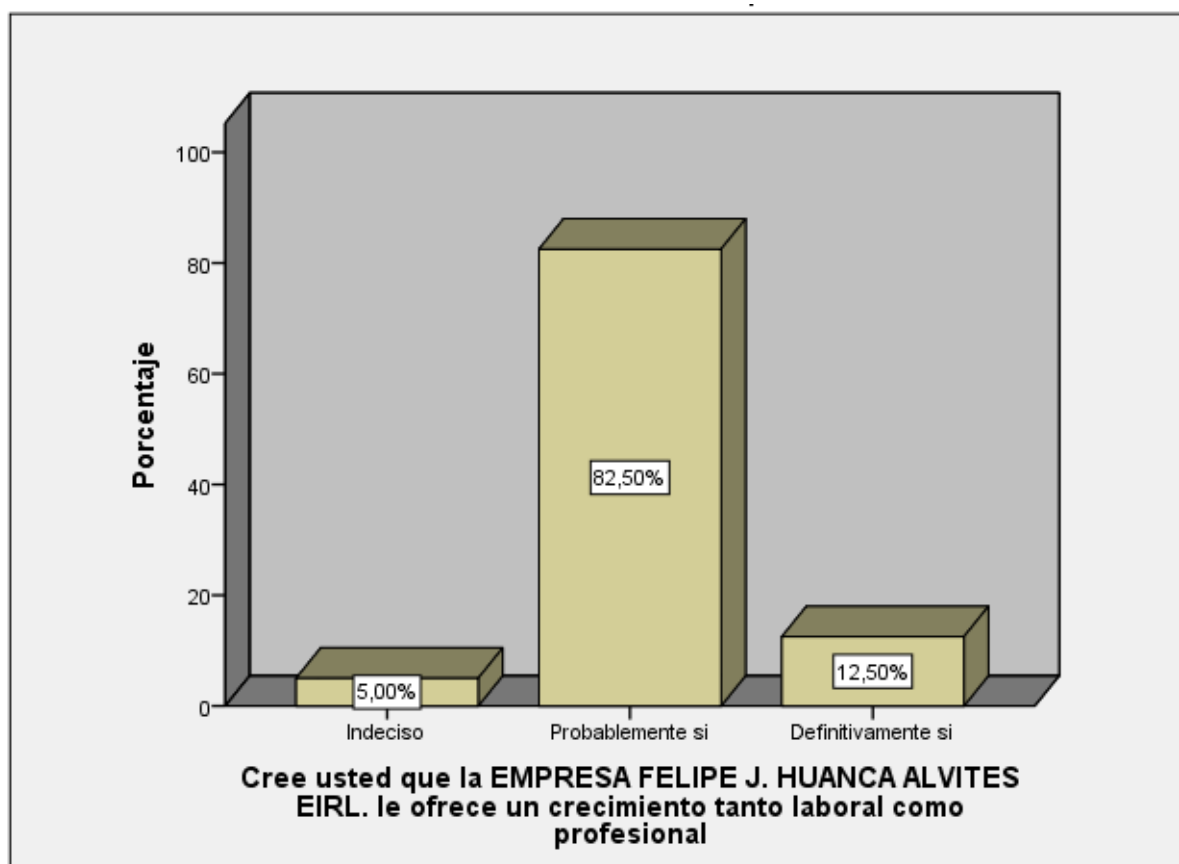


Figura 8. Cree usted que la EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. le ofrece un crecimiento tanto laboral como profesional

A la pregunta la Empresa le ofrece un crecimiento tanto laboral como profesional los colaboradores responden probablemente si 82,50%, definitivamente si 12,50%, indecisos 5% .

Tabla 15

Cree Ud. que la misión y la visión EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL, está de acuerdo a sus necesidades de la empresa.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	4	5.0	5.0	5.0
Probablemente si	51	63.8	63.8	68.8
Definitivamente si	25	31.3	31.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

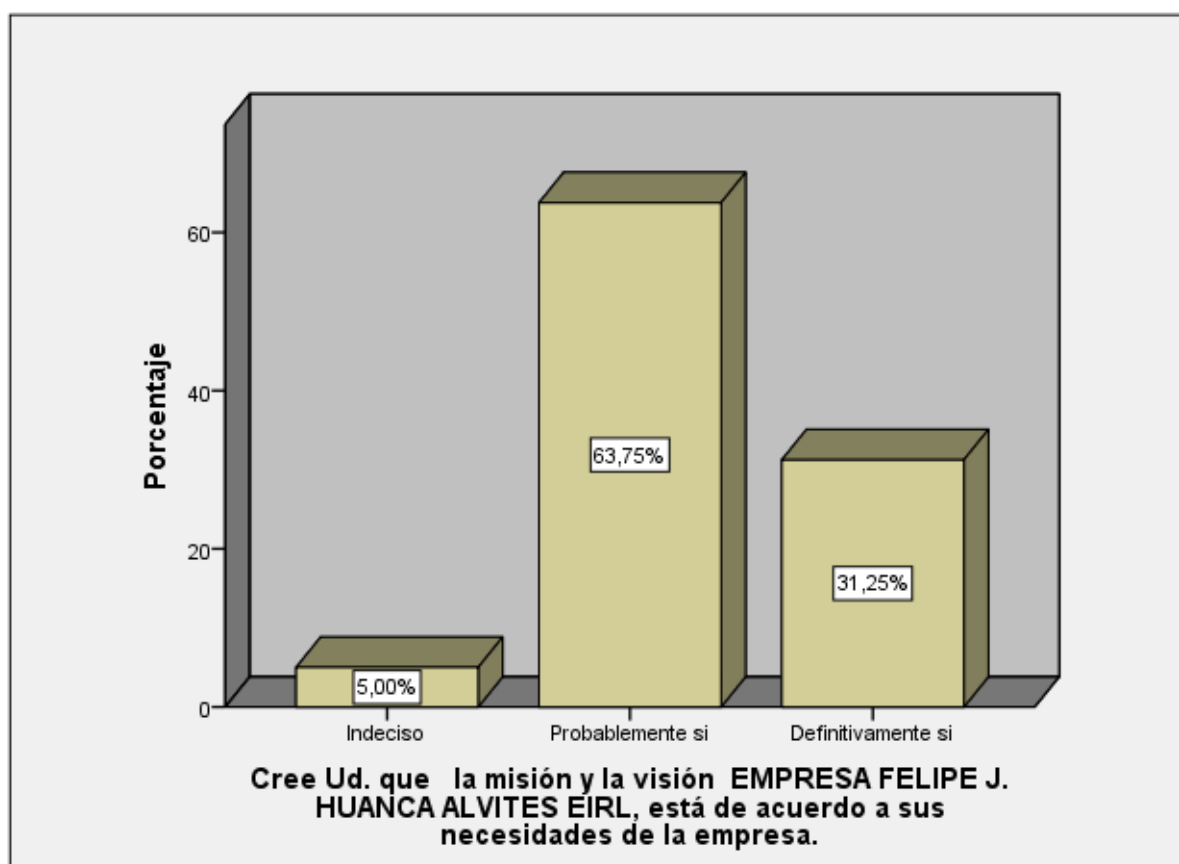


Figura 9. Cree Ud. que la misión y la visión EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL, está de acuerdo a sus necesidades de la empresa.

A la pregunta la misión y la visión esta de acuerdo a sus necesidades de la empresa los colaboradores responden probablemente si 67,35%, definitivamente si 31,25%, indecisos 5%.

Tabla 16

Existe coordinación de las actividades con los otros departamentos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	4	5.0	5.0	5.0
	Indeciso	15	18.8	18.8	23.8
	Probablemente si	39	48.8	48.8	72.5
	Definitivamente si	22	27.5	27.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

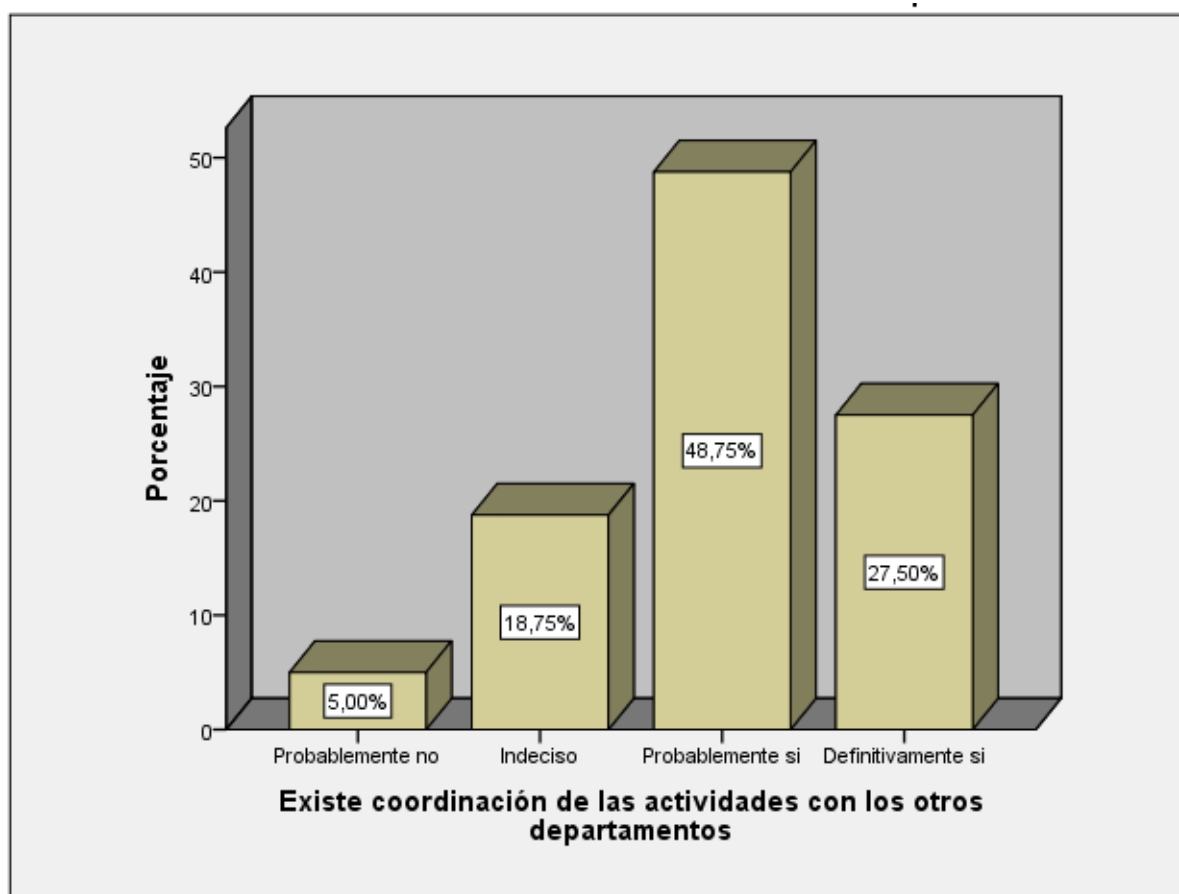


Figura 10. Existe coordinación de las actividades con los otros departamentos

A la pregunta existe coordinación de las actividades con los otros departamentos los colaboradores responden probablemente si 48,75%, definitivamente si 27,50%, indecisos 18,7 5% y probablemente no 5%.

Tabla 17

La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. Garantiza para sus colaboradores un adecuado ambiente laboral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	17	21.3	21.3	21.3
	Probablemente si	38	47.5	47.5	68.8
	Definitivamente si	25	31.3	31.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

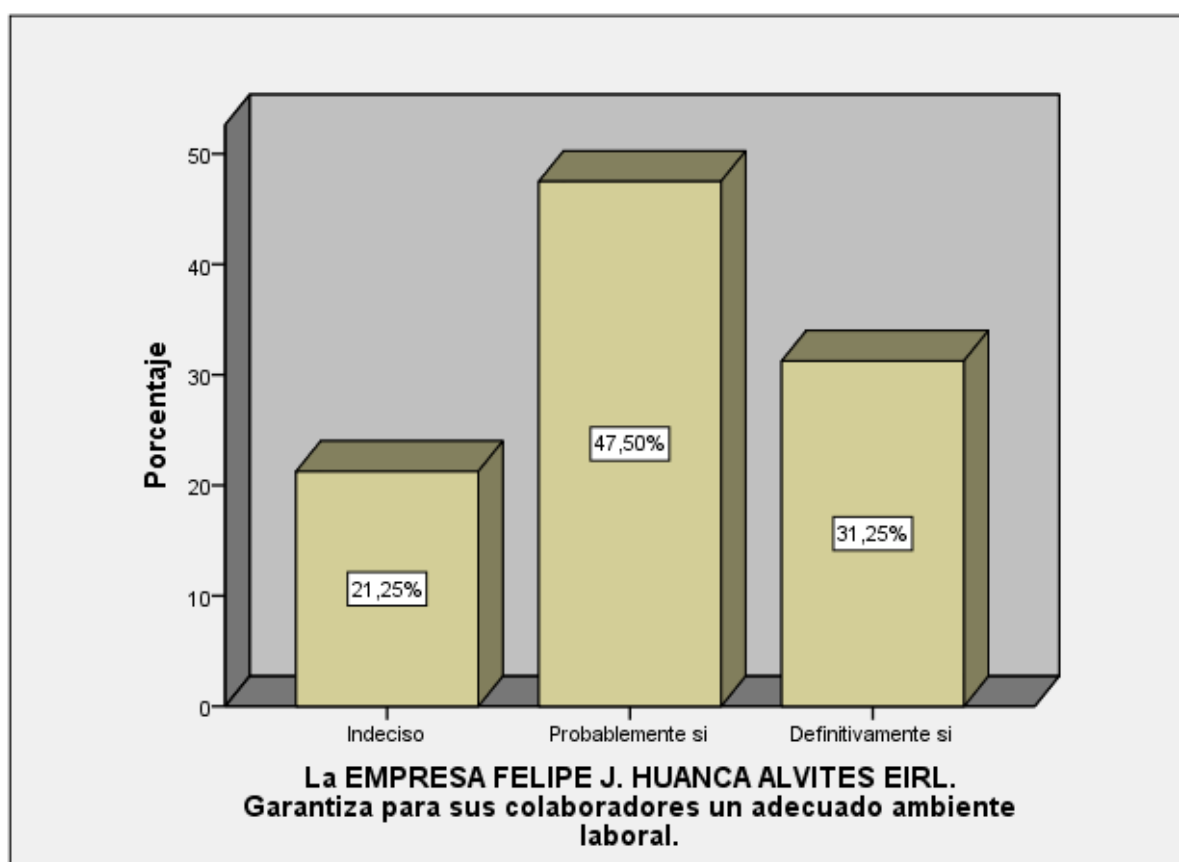


Figura 11. La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. Garantiza para sus colaboradores un adecuado ambiente laboral.

A la pregunta la empresa garantiza para sus colaboradores un adecuado ambiente laboral los colaboradores responden probablemente si 47,50%, definitivamente si 31,25%, indecisos 21,25%.

Tabla 18

La EMPRESA FELIPE J.HUANCAS ALVITEA EIRL. ha capacitado a sus colaboradores en los dos últimos años en temas relacionados con su actividad laboral.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	21	26.3	26.3	26.3
	Probablemente si	44	55.0	55.0	81.3
	Definitivamente si	15	18.8	18.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

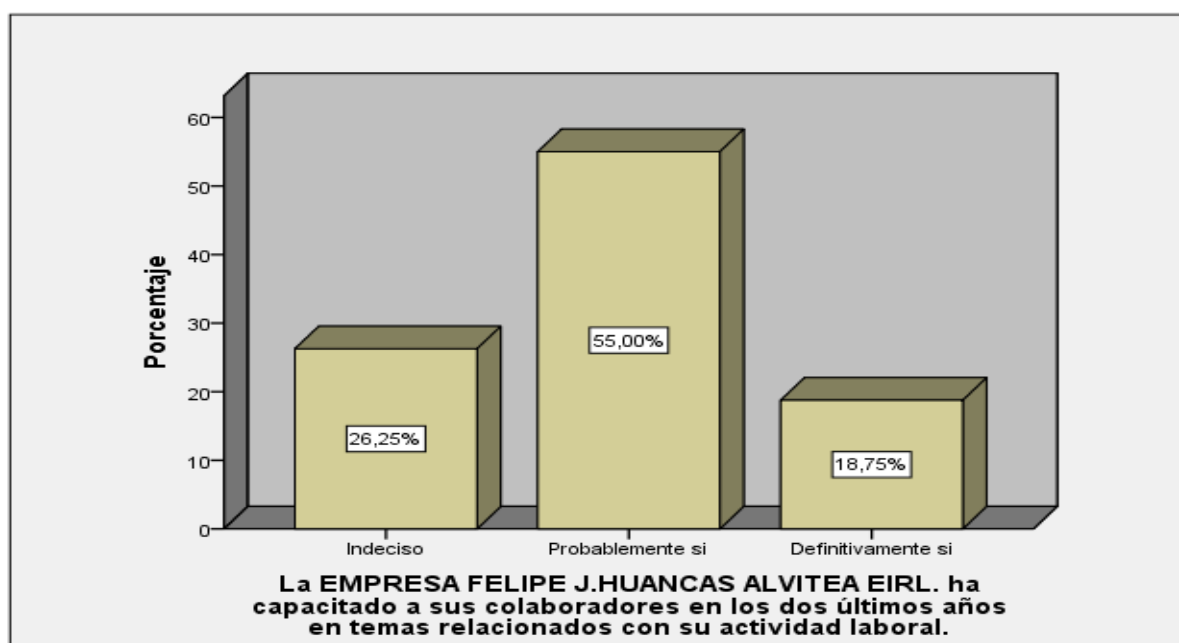


Figura 12. La EMPRESA FELIPE J.HUANCAS ALVITEA EIRL. ha capacitado a sus colaboradores en los dos últimos años en temas relacionados con su actividad laboral.

A la pregunta la empresa ha capacitado a sus colaboradores en los dos últimos años los colaboradores responden probablemente si 55,0%, definitivamente si 18,75%, indecisos 26,25%.

Tabla 19

Teniendo en cuenta su área laboral le gusta el trabajo que desempeña

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	12	15.0	15.0	15.0
	Indeciso	17	21.3	21.3	36.3
	Probablemente si	29	36.3	36.3	72.5
	Definitivamente si	22	27.5	27.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

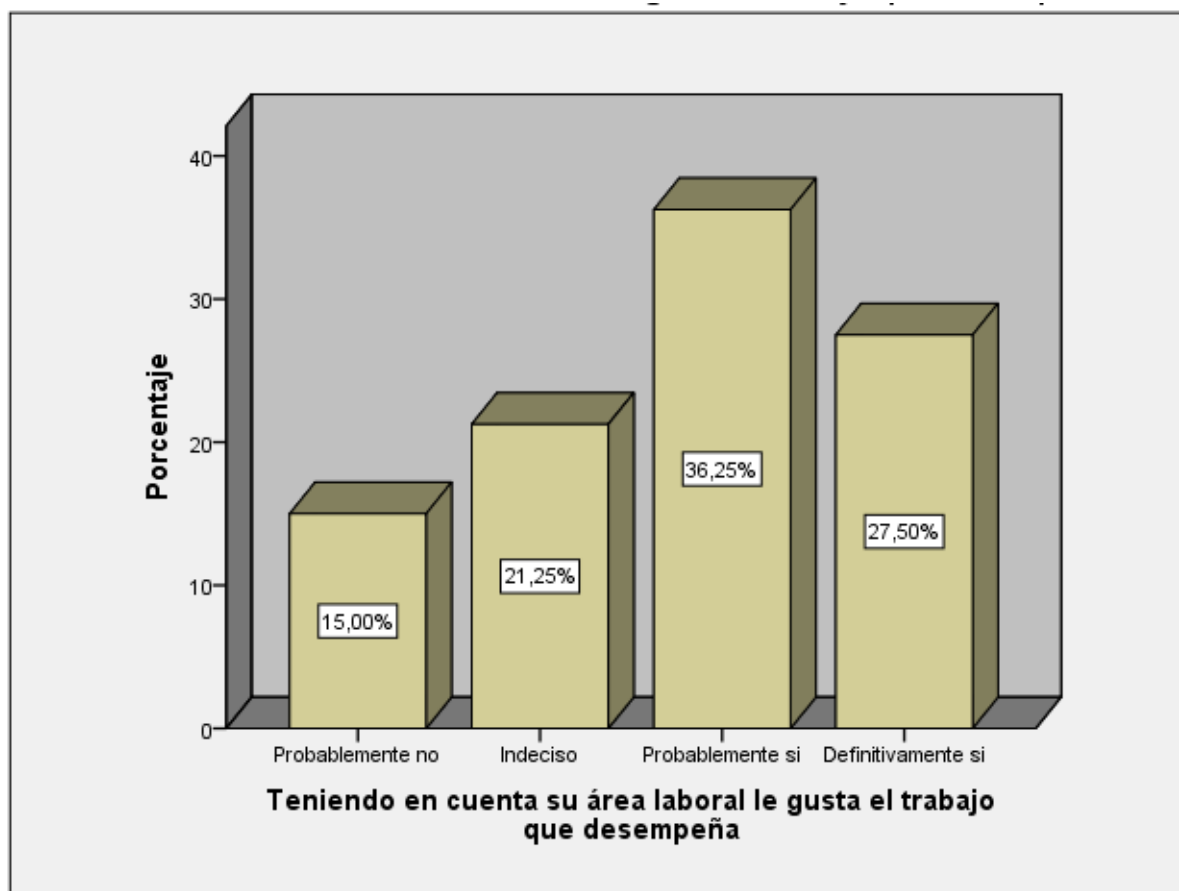


Figura 13. Teniendo en cuenta su área laboral le gusta el trabajo que desempeña

A la pregunta teniendo en cuenta sus área laboral le gusta el trabajo que desempeña los colaboradores responden probablemente si 36,25%, definitivamente si 27,50%, indecisos 21,25%, probablemente no 15%

Tabla 20

La empresa le ofrece incentivos a su trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Probablemente no	4	5.0	5.0	5.0
	Indeciso	3	3.8	3.8	8.8
Válido	Probablemente si	42	52.5	52.5	61.3
	Definitivamente si	31	38.8	38.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

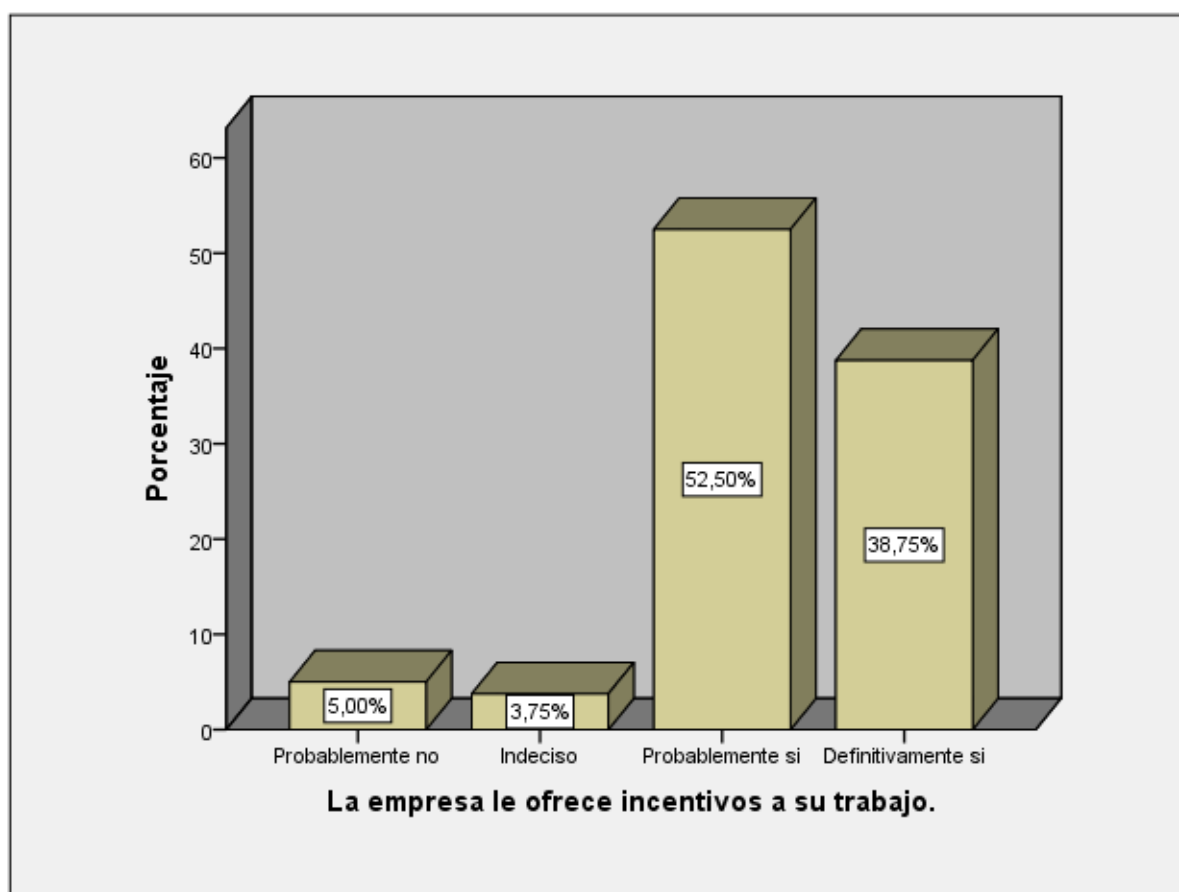


Figura 14. La empresa le ofrece incentivos a su trabajo.

A la pregunta la empresa ofrece incentivos a su trabajo los colaboradores responden probablemente si 52,50%, definitivamente si 38,75%, indecisos 3,75%, probablemente no 5%

Tabla 21

Cree usted que la empresa le ofrece un crecimiento tanto laboral como profesional

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	14	17.5	17.5	17.5
Probablemente si	33	41.3	41.3	58.8
Definitivamente si	33	41.3	41.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

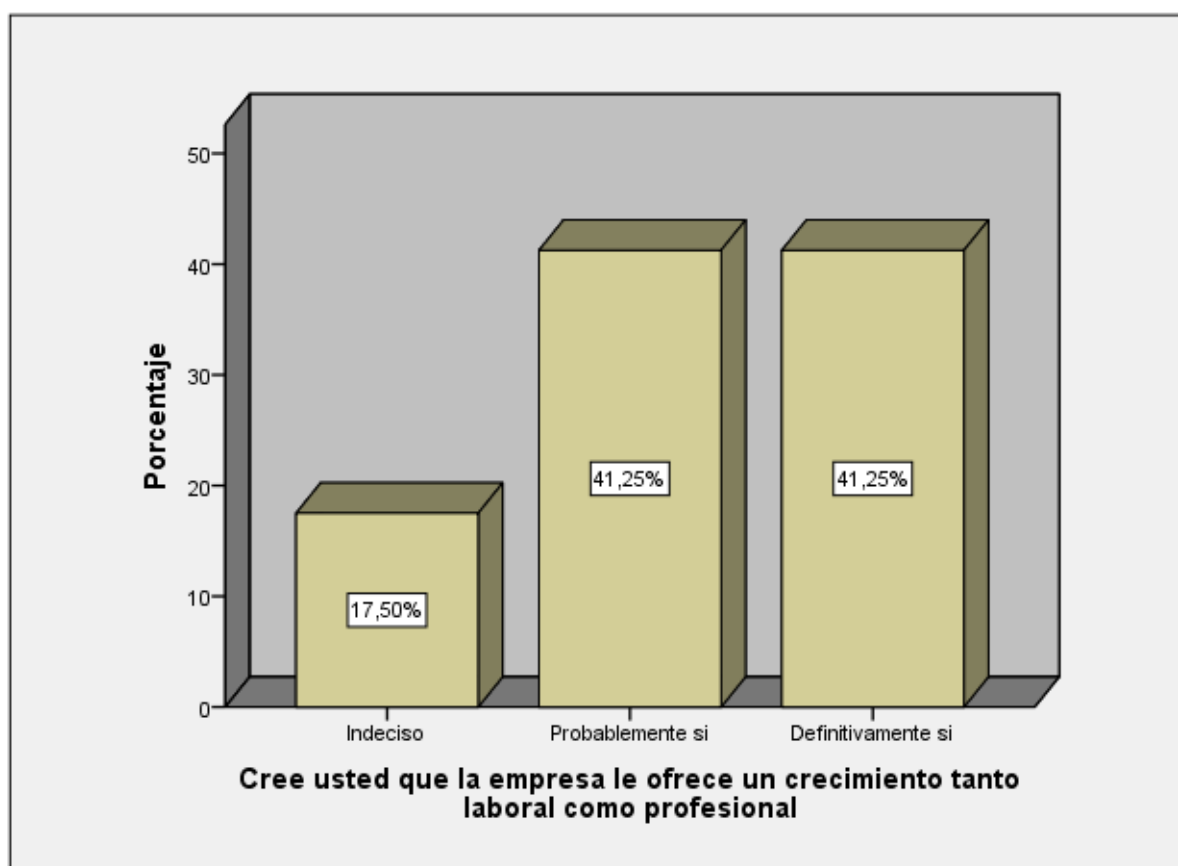


Figura 15. Cree usted que la empresa le ofrece un crecimiento tanto laboral como profesional

A la pregunta la empresa ofrece un crecimiento tanto laboral como profesional los colaboradores responden probablemente si 41,25%, definitivamente si 41,25%, indecisos 17,50%.

Tabla 22

La empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. le brinda estabilidad económica y laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Indeciso	15	18.8	18.8	18.8
	Probablemente si	61	76.3	76.3	95.0
	Definitivamente si	4	5.0	5.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

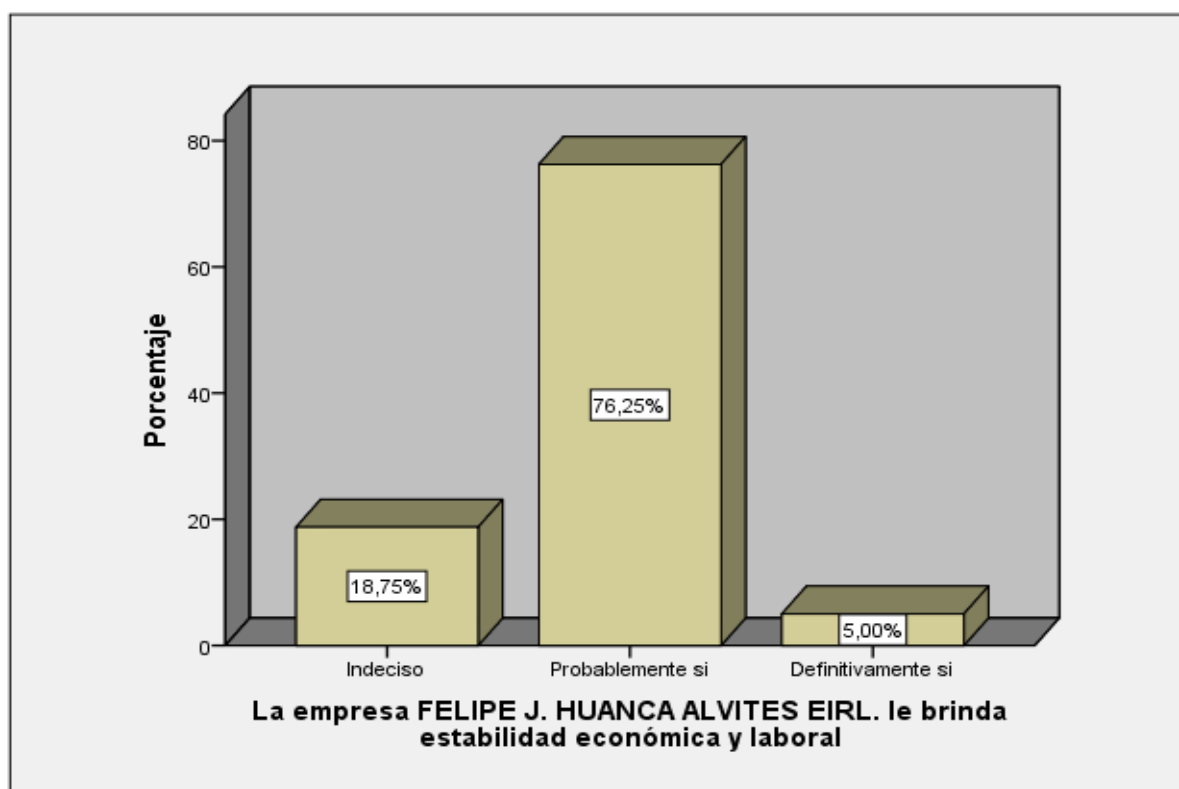


Figura 16. La empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. le brinda estabilidad económica y laboral

A la pregunta la empresa le brinda estabilidad económica y laboral los colaboradores responden probablemente si 76,25%, indeciso 18,75% definitivamente si 5%.

Tabla 23

Considera que en las relaciones laborales que se experimentan en la empresa es el adecuado.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Definitivamente no	7	8.8	8.8	8.8
Indeciso	11	13.8	13.8	22.5
Válido Probablemente si	34	42.5	42.5	65.0
Definitivamente si	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

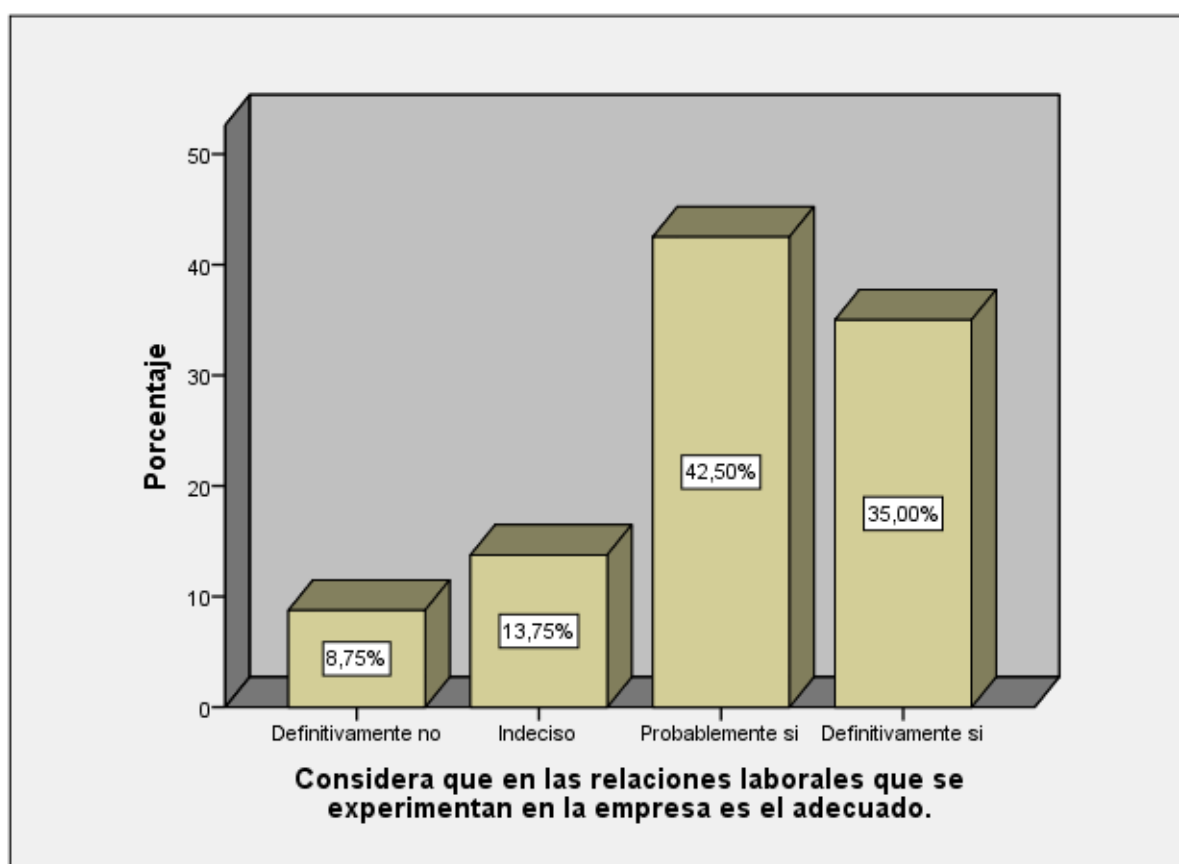


Figura 17. Considera que en las relaciones laborales que se experimentan en la empresa es el adecuado.

A la pregunta las relaciones laborales que se experimentan en la empresa es el adecuado los colaboradores responden probablemente si 42,50%, definitivamente si 35,0% indeciso 13,75% definitivamente no 8,75%.

Tabla 24

Existen las herramientas necesarias para la ejecución de su trabajo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	7	8.8	8.8	8.8
	Indeciso	7	8.8	8.8	17.5
	Probablemente si	42	52.5	52.5	70.0
	Definitivamente si	24	30.0	30.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

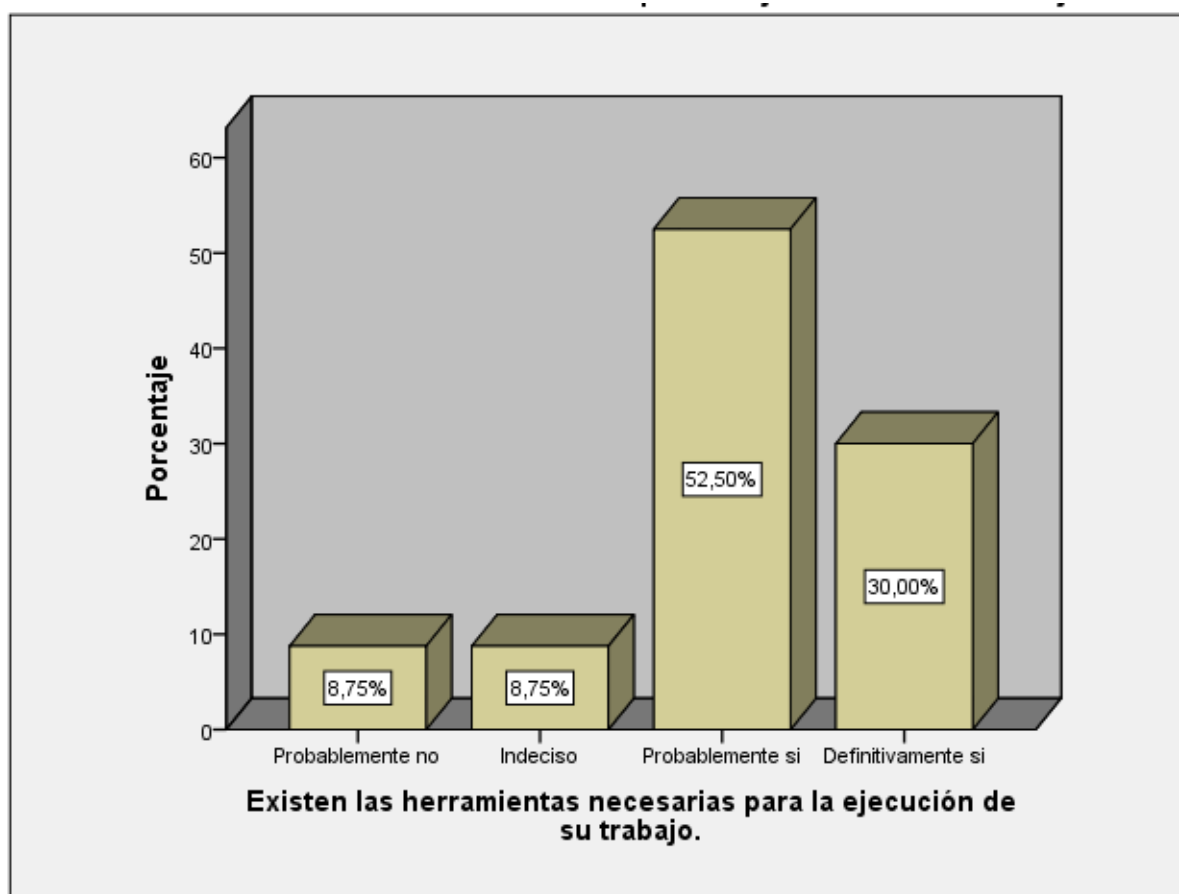


Figura 18. Existen las herramientas necesarias para la ejecución de su trabajo.

A la pregunta existen las herramientas necesarias para la ejecución de su trabajo los colaboradores responden probablemente si 52,50%, definitivamente si 30,0% indeciso 8,75% y probablemente no 8,75%.

Tabla 25

Es apropiada la manera en que se maneja la comunicación dentro de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Probablemente no	7	8.8	8.8	8.8
Indeciso	51	63.8	63.8	72.5
Válido Probablemente si	17	21.3	21.3	93.8
Definitivamente si	5	6.3	6.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

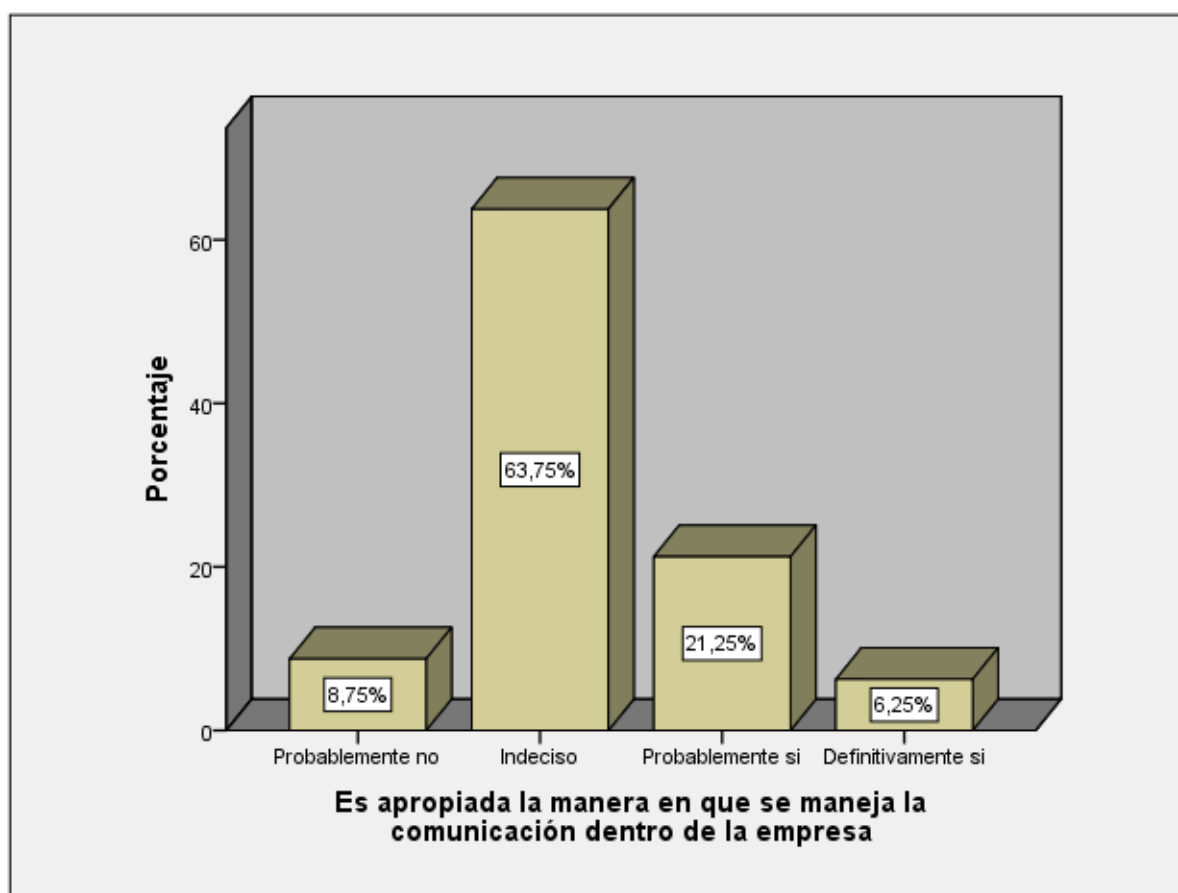


Figura 19. Es apropiada la manera en que se maneja la comunicación dentro de la empresa

A la pregunta es apropiada la manera que se maneja la comunicación en el centro de trabajo los colaboradores responden indeciso 63,75%, probablemente si 21,25% probablemente no 8,75% y definitivamente si 6,25%.

Tabla 26

Los incentivos que se le dan a los trabajadores permite que la empresa tenga más producción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Probablemente no	3	3.8	3.8	3.8
	Indeciso	14	17.5	17.5	21.3
	Probablemente si	39	48.8	48.8	70.0
	Definitivamente si	24	30.0	30.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

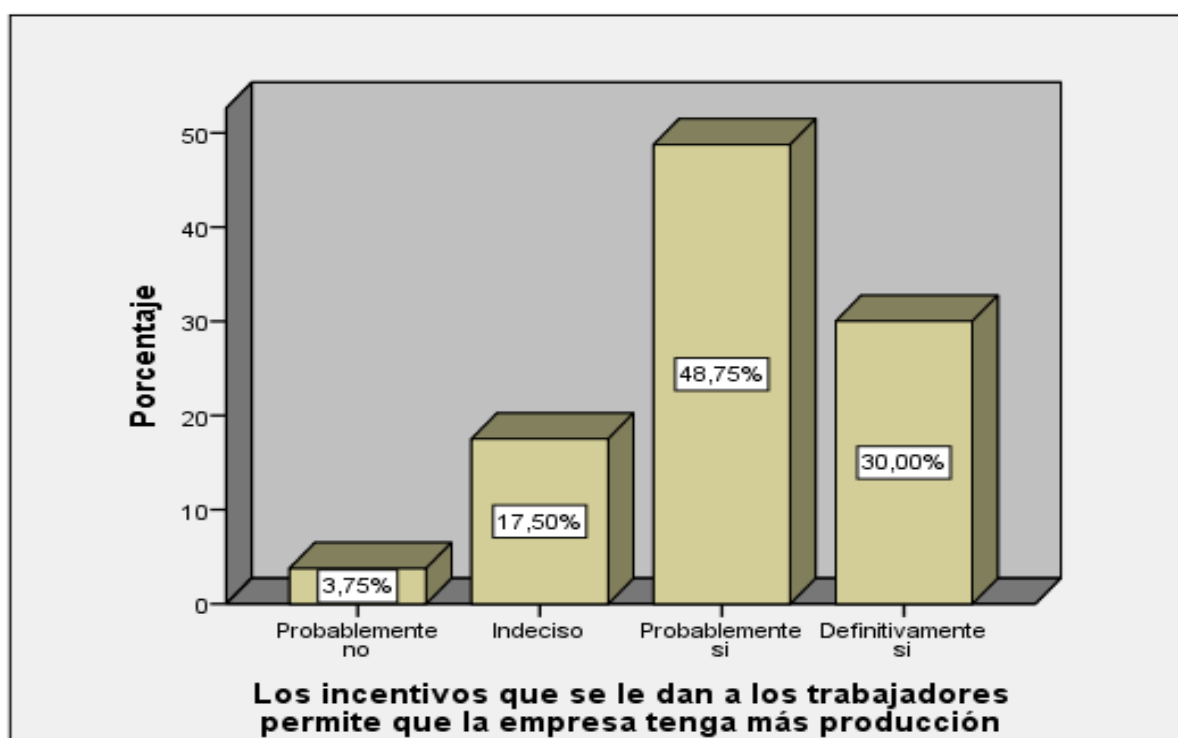


Figura 20. Los incentivos que se le dan a los trabajadores permite que la empresa tenga más producción

A la pregunta los incentivos que se le dan a los trabajadores permite que tenga más producción los colaboradores responden probablemente si 48,75% definitivamente si 30,00% indeciso 17,50%, probablemente no 3,75%.

Tabla 27

Las capacitaciones que se brindan a los colaboradores permite un mejor trabajo aumentando la rentabilidad de la empresa

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Indeciso	23	28.8	28.8	28.8
Probablemente si	49	61.3	61.3	90.0
Definitivamente si	8	10.0	10.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

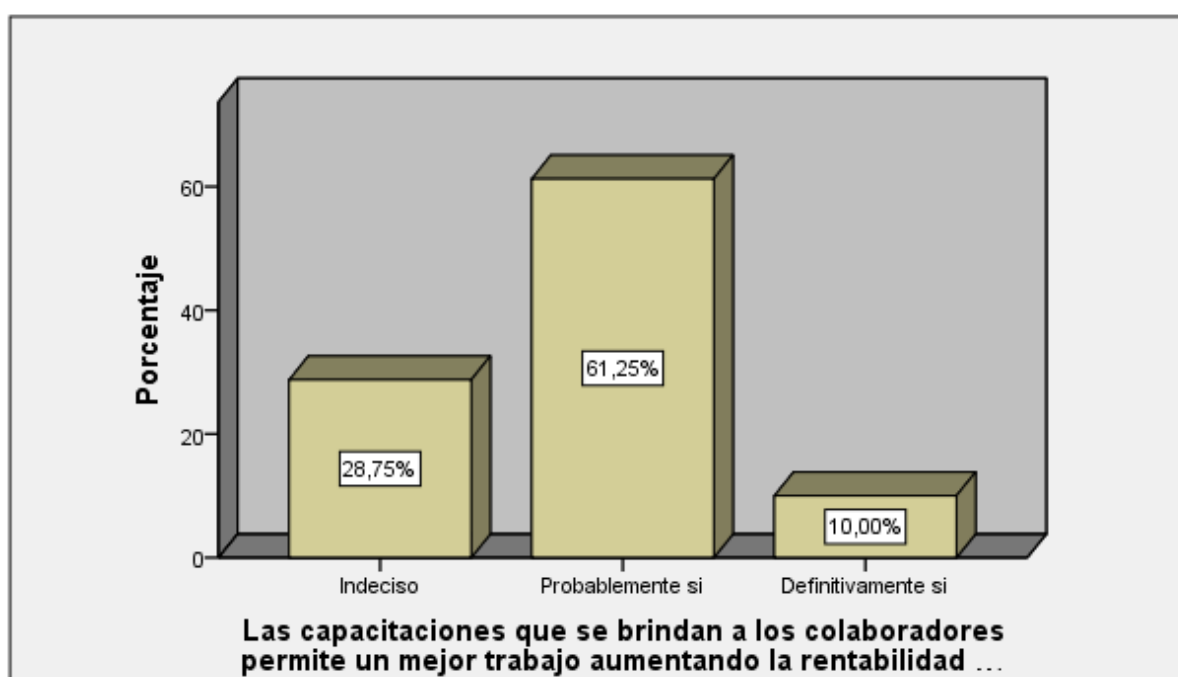


Figura 21. Las capacitaciones que se brindan a los colaboradores permite un mejor trabajo aumentando la rentabilidad de la empresa

A la pregunta las capacitaciones que brindan a los colaboradores permite un mejor trabajo aumentando la rentabilidad los colaboradores responden probablemente si 61,25%. indeciso 28,75%, definitivamente si 10,00%.

Tabla 28

Prueba de la normalidad

Pruebas de normalidad						
Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Plan estratégico (Agrupada)	,501	80	,000	,460	80	,000
Rentabilidad (Agrupada)	,436	80	,000	,583	80	,000
Herramientas (Agrupada)	,479	80	,000	,516	80	,000
Mercados futuros (Agrupada)	,501	80	,000	,460	80	,000
Beneficio (Agrupada)	,277	80	,000	,762	80	,000
Capacidad producir (Agrupada)	,423	80	,000	,597	80	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Para las dimensiones en estudio, el “p valor” es menor a 0.05, por lo que se concluye que la población no es normal.

Prueba Chi Cuadrado (Prueba de Asociación)

El plan estratégico permite mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

Tabla 29

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	26,515 ^a	1	,000		
Corrección de continuidad ^b	23,408	1	,000		
Razón de verosimilitud	26,882	1	,000		
Prueba exacta de Fisher				,000	,000
Asociación lineal por lineal	26,184	1	,000		
N de casos válidos	80				

a. 1 casillas (25,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es 4,73.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Prueba de Hipótesis.

Al realizar la prueba de hipótesis se puede concluir que si existe asociación entre planeamiento estratégico y la rentabilidad.

Chi =calculado es mayor que el chi teórico= se dice que hay asociación teniendo en cuenta los grados de libertad.

Tablas Cruzadas

Tabla 30

*Tabla cruzada Plan estratégico (Agrupada)*Rentabilidad (Agrupada)*

Recuento

		Rentabilidad (Agrupada)		
		Media	Alta	Total
Plan	estratégicoModerado	6	8	14
(Agrupada)	Optimo	19	47	66
Total		25	55	80

En la tabla 29 se observa que los 6 encuestados responden que cuando el plan estratégico es moderado, la rentabilidad es media, mientras que 19 encuestados manifiestan que si el plan es óptimo la rentabilidad también es media, por otro lado 8 encuestados manifiestan que si plan estratégico es moderado la rentabilidad es alta, mientras que 47 encuestados manifiestan que cuando el plan estratégico es óptimo la rentabilidad es alta.

Tabla 31

Tabla cruzada

		Recuento			
		Beneficio (Agrupada)			
		Baja	Media	Alta	Total
Plan	estratégicoModerado	0	6	8	14
(Agrupada)	Optimo	7	33	26	66
Total		7	39	34	80

En la tabla 30, se observa que cuando 6 encuestados dicen que cuando el plan estratégico es moderado manifiestan que la rentabilidad es media, por otro lado, cuando el plan estratégico es óptimo el beneficio es bajo, también 33 encuestados manifiestan que cuando el plan es óptimo el beneficio es medio, asimismo 8 encuestados manifiestan que cuando el plan estratégico es moderado el beneficio es alto, por otro lado 17 encuestados manifiestan que cuando la rentabilidad es media los mercados futuros son óptimos, y otros 49 encuestados

Tabla 32

Tabla cruzada

		Recuento		
		Mercados futuros (Agrupada)		
		Moderado	Optimo	Total
Rentabilidad (Agrupada)	Media	8	17	25
	Alta	6	49	55
Total		14	66	80

En cuanto a la rentabilidad en la tabla N° 31 se observa que 8 encuestados manifiestan que cuando la rentabilidad es media los mercados futuros son moderados y 6 encuestados manifiestan que cuando la rentabilidad es alta los mercados futuros son moderados, 17 encuestados manifiestan que cuando la rentabilidad es media mercados futuros son óptimos y 49 encuestados manifiestan que cuando rentabilidad es alta los mercados futuros son óptimo.

Tabla 35

Tabla cruzada

		Recuento		
		Capacidad producir (Agrupada)		
		Media	Alta	Total
Plan estratégico (Agrupada)	Moderado	13	1	14
	Optimo	14	52	66
Total		27	53	80

En la tabla se observa que de 80 encuestados 13 manifiestan que si cuando el plan estratégico es moderado la capacidad para producir es media, por otro lado cuando el plan estratégico es óptimo 14 encuestados manifiestan que es óptimo la capacidad para producir es media, por otro lado 1 persona manifiesta que el plan estratégico es moderado la capacidad para producir es alta, asimismo 52 encuestados manifiestan que cuando el plan estratégico es óptimo la capacidad para producir es alta.

Tabla 34

Cruzada

		Recuento		
		Herramientas (Agrupada)		Total
		Moderado	Optimo	
Rentabilidad (Agrupada)	Media	9	16	25
	Alta	9	46	55
Total		18	62	80

En cuanto a la rentabilidad los 80 encuestados, 9 encuestados manifiestan que cuando la rentabilidad es media las herramientas son moderadas, por otro lado 9 encuestados manifiestan que cuando la rentabilidad es alta las herramientas son moderadas, asimismo se manifiesta que 16 personas dicen que cuando la rentabilidad es media las herramientas son óptimas, y 46 colaboradores dicen que cuando la rentabilidad es alta las herramientas son óptimas.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo principal Diseñar el plan estratégico que permita mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

En la prueba de validez de los instrumentos se procedió a utilizar el Alpha de Cronbach obteniendo como resultados 0.843 y 0.832 para los instrumentos plan estratégico y rentabilidad, respectivamente, los cuales constan de 17 y 4 ítems cada uno, teniendo un nivel de confiabilidad del 95% siendo un valor óptimo del Alpha de Cronbach aquel valor que se aproxime más a 1 y que sus valores sean superiores a 0.8, por convenio tácito, los cuales garantizan la fiabilidad de dicha escala, en el caso de este estudio ambos valores son superiores a 0.8, por lo que nos permite decir que los instrumentos son confiables.

Según los resultados obtenidos el valor de Chi cuadrado de Pearson calculado fueron de 26,515, y comparado con el Chi tabla con un grado de libertad es 3,8415 permite asegurar la asociación que existe entre el plan estratégico con la rentabilidad de la empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la Provincia Constitucional del Callao año 2016”

Esto si se tiene en cuenta a Geroge Morrissey, (1996), manifiesta que los valores estratégicos que más resaltan en la empresa son: compromiso con el cliente, trabajo en equipo, creatividad e innovación, respeto a las leyes y actitud al servicio. Permitiendo una asociación entre plan estratégico y rentabilidad

En la asociación de las tablas cruzadas podemos manifestar que el plan estratégico se desarrolla en forma moderada y la rentabilidad se vuelve media, por otro lado si el plan es óptimo la rentabilidad se vuelve media alta, lo podemos corroborar porque el Plan Estratégico constituye la herramienta más significativa y el beneficio es alto medio , porque facilita las condiciones, la estructura y los resultados con participación y aportes de sus elementos, herramientas y técnicas que gestionan de manera adecuada rentabilidad de la Empresa.(Martínez, y Artemio 2005)

Por otro lado La empresa al elaborar su análisis interno se propone un plan y la implementación de estrategias y objetivos de corto y largo plazo. (Johnson, Scholes, y Whittington 2010). En tanto a los mercados futuros con plan estratégico, los mercados futuros son óptimos. Para desarrollar la capacidad para producir, con un plan estratégico adecuado la capacidad para producir es óptima media. Tal como lo manifiesta (Vinueza 2006).

Con respecto al uso de herramientas teniendo en cuenta la rentabilidad se manifiesta si son usadas adecuadamente las herramientas darían rentabilidad y sustento a la empresa.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

- Primera.** Se diseñó el plan estratégico que obliga a los ejecutivos a ver el planeamiento desde la macro perspectiva señalando los objetivos centrales de forma que las acciones diarias de los trabajadores los acerquen cada vez más a las metas propuestas y mejore la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.
- Segunda.** Se analizaron los mercados futuros importante para los inversionistas que desean obtener una rentabilidad adecuada en el mercado del transporte y permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.
- Tercera.** Se diagnosticó la tecnología a través del cual se desarrollara una inversión adecuada en una flota de vehículos de última generación esto permitirá elevar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.
- Cuarta.** Se determinó el plan estratégico que aumente la capacidad para producir a largo plazo que se enfoque a nivel estructural la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.

CAPÍTULO VI:

RECOMENDACIONES

Primera. Lleva un control adecuado de tus gastos Controlar sus gastos. Para este propósito será de gran utilidad elaborar un estado de flujo de efectivo mensual.

Segunda. Reducir los costos de los productos o servicios vendidos. Tus precios es importante que recuerdes que los consumidores van a aceptar un incremento en el mismo siempre y cuando sea competitivo con respecto a las demás ofertas en el mercado y estés ofreciendo un valor agregado.

Tercera. Incrementa tus márgenes de ganancia Desarrollar competitividad con respecto a las demás ofertas del mercado y ofrecer un valor agregado buscando siempre el equilibrio.

CAPÍTULO VII:

REFERENCIAS

- Altair. (2012). *LA ELABORACIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO*. Recuperado el 7 de 11 de 2014, de consultores.com/images/stories/publicaciones/LIBRO_PLAN ESTRATEGICO.pdf
- Bunge, Mario (2000). *La Investigación Científica* (Su Estrategia y su Filosofía). Cuarta edición, Edit. Ariel, Barcelona.
- David, Fred R. (2008). *Conceptos de Administración estratégica*. Edit. Pearson, Prentice Hall, décimo primera edición, México.
- Delgado, Héctor (2011). *Administración Estratégica: Un enfoque metodológico*. Edit. Trillas, 1ra. Edición, México.
- Hernández, Roberto; Fernández-Collado, Carlos y Baptista, Pilar (2006). *“Metodología de la investigación”*, Edit. Mc Graw Hill, 4a Edic. México.
- Johnson, G.; Scholes, K. y Whittington, R. (2010). *Fundamentos de la estrategia*. Edit. Pearson, Madrid – España.
- Martínez, Daniel y Mila, Artemio (2005). *La Elaboración del Plan Estratégico y su Implantación a través del Cuadro de Mando Integral*, Ediciones Díaz de Santos, España.
- MEXICALI. (2006). *PLAN ESTRATEGICO - DEFINICION*. Recuperado el 11 de 11 de 2014, de <http://bscw.mexicaligranvision-uabc.mx/pub/bscw.cgi/d5452/Plan%20Estrategico%20Definicion.pdf>
- Vinueza, j. O. (2006). *Propuesta de diseño de un plan estratégico y de marketing para la empresa Martínez e Hijos Cía. Ltda., que permita mejorar su posicionamiento en Cuenca*. Recuperado el 20 de 11 de 2014, de <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/267>

ANEXOS

Anexo 1
CUESTIONARIO

A continuación usted encontrará una serie de preguntas relacionadas al tema Plan estratégico para mejorar la rentabilidad empresa EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. DE LA PROVINCIA COSNTITUCIONAL DEL CALLAO AÑO 2016.

Lea detenidamente cada una de las preguntas y seleccione una respuesta de acuerdo con su opinión, marcando con una “X” el número de la escala cuantitativa que aparece en cada pregunta.

1. Definitivamente si
2. Probablemente si
3. Indeciso
4. Probablemente no
5. Definitivamente no

Dimensiones	Nº	Instrumento	1	2	3	4	5
Variable: Plan Estratégico.							
Herramientas	1	La misión de LA Empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. fue redactada de tal forma que refleja su identidad en forma clara y razonable					
	2	LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. la visión redactada que refleje la imagen del futuro deseado o su meta primordial.					
	3	La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. Cuenta con un Planeamiento a Largo Plazo					
	4	Conoce usted la misión y la visión de La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL					
	5	Conoce la existencia de un Planeamiento a Largo Plazo para la empresa.					
Mercados futuros.	6	Conoce usted la misión y la visión de LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. y cuál es su posición frente a lo planeado.					
	7	LA EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. la visión redactada que refleje la imagen del futuro deseado.					

	8	Cree usted que la EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. le ofrece un crecimiento tanto laboral como profesional					
	9	Cree Ud. que la misión y la visión EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL, está de acuerdo a sus necesidades de la empresa.					
	10	Existe coordinación de las actividades con los otros departamentos					
	11	La EMPRESA FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. Garantiza para sus colaboradores un adecuado ambiente laboral.					
	12	La EMPRESA FELIPE J.HUANCAS ALVITEA EIRL. ha capacitado a sus colaboradores en los dos últimos años en temas relacionados con su actividad laboral.					
	13	Teniendo en cuenta su área laboral le gusta el trabajo que desempeña					
	14	La empresa le ofrece incentivos a su trabajo.					
	15	Cree usted que la empresa le ofrece un crecimiento tanto laboral como profesional					
	16	La empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES EIRL. le brinda estabilidad económica y laboral					
	17	Considera que en las relaciones laborales que se experimentan en la empresa es el adecuado.					
Beneficio	18	Existen las herramientas necesarias para la ejecución de su trabajo.					
	19	Es apropiada la manera en que se maneja la comunicación dentro de la empresa.					
Capacidad para producir	20	Los incentivos que se le dan a los trabajadores permite que la empresa tenga más producción					
	21	Las capacitaciones que se brindan a los colaboradores permite un mejor trabajo aumentando la rentabilidad de la empresa.					

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2**PROPUESTA****PLAN ESTRATEGICO****I.- Introducción:**

Es indispensable que las empresas lleven un control adecuado y cumplan con su visión y misión se desarrolle una auditoria externa e interna con establecimiento de objetivos a largo y corto plazo con creación de evaluación y selección de estrategias, determinando asuntos relacionados con la gerencia determinando asuntos relacionados con las finanzas, contabilidad, y desarrollo de sistemas de información a la gerencia. El plan estratégico es el proceso que sigue el gerente integral para dirigir y controlar el futuro de su empresa. La planeación estratégica es el proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. Entre ellos: la definición de misión, Análisis interno y externo, fijación de objetivos, estrategia deseable y la decisión estratégica. Cabe destacar que, dentro del plan, tiene un aspecto importante en el esquema de creación de estrategia. El concepto de estrategia y el de planeación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro designan una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo, de manera tal que sea posible alcanzar uno o varios objetivos. Dentro del plan se debe desarrollar el pensamiento estratégico que enfoca los aspectos más intuitivos del proceso. Permite la ejecución de la misión, visión y la estrategia de la empresa. Fase diseñada para crear la perspectiva futura de la empresa. Ya que una planeación a largo plazo, es la combinación de pensamiento intuitivo y analítico, dará como resultado las proyecciones de las posiciones futuras que la empresa desea alcanzar. La planeación a largo plazo es el puente entre el pensamiento estratégico y los resultados a corto plazo que necesitan pasarse a las posiciones futuras que se han proyectado. Valida y activa la misión, visión y estrategia. Por otro lado, la planeación táctica es el enfoque analítico con algunas alusiones intuitivas que propiciarán las acciones específicas que afecten el desempeño en curso de la empresa. Diseñada para producir los resultados a corto plazo, necesarios para llevar a cabo la misión y alcanzar las posiciones futuras proyectadas. Una manera de ver a estos tres componentes importantes es relacionándolos con la *perspectiva*, la *posición* y el *desempeño*. El énfasis de

cada uno de los componentes podría describirse como sigue, (Morrisey, 1996): El pensamiento estratégico lleva a la perspectiva, La planeación a largo plazo lleva a la posición, La planeación táctica lleva al rendimiento.

II.- objetivos

General: Elevar la rentabilidad en la Empresa FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L.

2.1 Objetivos específicos:

- Diseñar el plan estratégico de la Empresa, con el fin de informar al gerente y el contador general las estrategias para elevar la rentabilidad.
- Optimizar la toma de decisiones empresariales en base al oportuno conocimiento del plan administrativo.

III. -Como elevar la rentabilidad en la empresa.

1. Desarrollando los valores estratégicos que más resaltan en la empresa como son: compromiso con el cliente, trabajo en equipo, creatividad e innovación, respeto a las leyes y actitud al servicio.
2. Ampliar la línea de servicios de la empresa a fin de obtener un crecimiento en el mercado, mediante el acceso a concesiones de ruta en los próximos 05 años nuevas rutas; concesiones de Lima hacia todo el Perú.
3. Renovar la flota de ómnibuses en los próximos 5 años, de acuerdo a la antigüedad y conforme lo establece el MTC, con unidades modernas y de última generación. De esta manera dar un servicio de transporte de pasajeros de calidad y óptimo a los clientes de la Empresa.
4. Implementar un Sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) en los próximos 02 años, con lo cual se logrará la integración de la información contable y financiera logística, comercial, de RRHH, legal, mantenimiento, flota y tráfico.

5. Adquirir nuevos terminales en los próximos años con la finalidad de cumplir con nuevas concesiones de rutas y los servicios ofertados a las mismas.
6. Hacer talleres de motivación para capacitar y motivar al personal de la empresa en los próximos 03 años, lo que hará que estos desempeñen sus actividades diarias de manera adecuada, dando a los clientes un excelente servicio y de calidad.
7. Implementar la telemetría; entendida esta como un sistema que permita la obtención manejo e implementación de datos a distancia en tiempo real,esto se convierte en una solución que puede aportar grandes beneficios a la industria del transporte.
8. Optimización de activos, obteniendo datos sobre el uso de activos, combustible, energía y tiempo ocioso de la flota. Esto es imprescindible para disminuir costos y corregir practicas no sustentables.
9. Hacer una adecuada gestión de procesos haciendo seguimiento inteligente de las rutas determina cuales son los canales mas eficientes para el transporte y ofrece soluciones logísticas en la cadena de suministros.
10. Implementar un sistema de vigilancia a distancia aumentan la seguridad y evitan pérdidas cuantiosas mediante el diagnóstico de fallas, la prevención de robos y accidentes viales.

Anexo 3

MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>General ¿Cómo diseñar el plan estratégico que permita mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.</p>	<p>General Diseñar el plan estratégico que permita mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.</p>	<p>General El plan estratégico permitirá mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.</p>	Plan estratégico	<p>Tipo de estudio: El tipo de estudio a realizar es descriptivo, porque se describirá cada una de las variables. Diseño de estudio: El tipo de diseño a realizar es no experimental, porque no manipularemos las variables. Población Tipo de muestra: Se utilizara el muestro no-probabilístico, por conveniencia del autor Tamaño de muestra: La unidad de análisis de estudio se extraerá de la población usando la razón y necesidad de recoger los datos para la investigación. Técnicas e instrumentos: Variable Dependiente: Plan Estratégico: Técnica: La técnica a utilizar será encuestas, entrevistas, análisis de contenido, observación. Instrumento: El instrumento, el cuestionario que es de elaboración propia.</p>
<p>Específicos ¿Cómo los mercados futuros mejoran la rentabilidad de la empresa de transporte FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016? ¿Cómo la tecnología eleva la rentabilidad de la empresa de transporte FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016? ¿Cómo el Plan Estratégico aumenta la capacidad para producir en la empresa de transporte FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016? ¿Cómo el Plan Estratégico eleva los recursos propios de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016?</p>	<p>Específicos Analizar los mercados futuros para mejorar la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016. Diagnosticar la tecnología que eleve la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016. Examinar el plan estratégico que eleve los recursos propios de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016. Determinar el plan estratégico que aumente la capacidad para producir en la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.</p>	<p>Específicos Los mercados futuros mejoran significativamente la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016. La tecnología eleva significativamente la rentabilidad de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016. El plan estratégico eleva significativamente los recursos propios de la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016. El plan estratégico aumenta significativamente la capacidad para producir en la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la provincia constitucional del Callao año 2016.</p>	Rentabilidad	<p>Variable Independiente: Rentabilidad: Técnica: La técnica a utilizar será la encuesta , guías de análisis de contenido, fichas bibliográficas. Instrumento: El instrumento será el cuestionario que es de elaboración propia.</p>

Anexo 4

CHI TABLA

v/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1	0,15	0,2	0,25	0,3	0,35	0,4	0,45	0,5
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055	2,0722	1,6424	1,3233	1,0742	0,8735	0,7083	0,5707	0,4549
2	13,8150	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052	3,7942	3,2189	2,7726	2,4079	2,0996	1,8326	1,5970	1,3863
3	16,2660	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514	5,3170	4,6416	4,1083	3,6649	3,2831	2,9462	2,6430	2,3660
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794	6,7449	5,9886	5,3853	4,8784	4,4377	4,0446	3,6871	3,3567
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363	8,1152	7,2893	6,6257	6,0644	5,5731	5,1319	4,7278	4,3515
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446	9,4461	8,5581	7,8408	7,2311	6,6948	6,2108	5,7652	5,3481
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,0170	10,7479	9,8032	9,0371	8,3834	7,8061	7,2832	6,8000	6,3458
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616	12,0271	11,0301	10,2189	9,5245	8,9094	8,3505	7,8325	7,3441
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,6660	19,0228	16,9190	14,6837	13,2880	12,2421	11,3887	10,6564	10,0060	9,4136	8,8632	8,3428
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,3070	15,9872	14,5339	13,4420	12,5489	11,7807	11,0971	10,4732	9,8922	9,3418
11	31,2635	28,7291	26,7569	24,7250	21,9200	19,6752	17,2750	15,7671	14,6314	13,7007	12,8987	12,1836	11,5298	10,9199	10,3410
12	32,9092	30,3182	28,2997	26,2170	23,3367	21,0261	18,5493	16,9893	15,8120	14,8454	14,0111	13,2661	12,5838	11,9463	11,3403
13	34,5274	31,8830	29,8193	27,6882	24,7356	22,3620	19,8119	18,2020	16,9848	15,9839	15,1187	14,3451	13,6356	12,9717	12,3398
14	36,1239	33,4262	31,3194	29,1412	26,1189	23,6848	21,0641	19,4062	18,1508	17,1169	16,2221	15,4209	14,6853	13,9961	13,3393
15	37,6978	34,9494	32,8015	30,5780	27,4884	24,9958	22,3071	20,6030	19,3107	18,2451	17,3217	16,4940	15,7332	15,0197	14,3389
16	39,2518	36,4555	34,2671	31,9999	28,8453	26,2962	23,5418	21,7931	20,4651	19,3689	18,4179	17,5646	16,7795	16,0425	15,3385
17	40,7911	37,9462	35,7184	33,4087	30,1910	27,5871	24,7690	22,9770	21,6146	20,4887	19,5110	18,6330	17,8244	17,0646	16,3382
18	42,3119	39,4220	37,1564	34,8052	31,5264	28,8693	25,9894	24,1555	22,7595	21,6049	20,6014	19,6993	18,8679	18,0860	17,3379
19	43,8194	40,8847	38,5821	36,1908	32,8523	30,1435	27,2036	25,3289	23,9004	22,7178	21,6891	20,7638	19,9102	19,1069	18,3376
20	45,3142	42,3358	39,9969	37,5663	34,1696	31,4104	28,4120	26,4976	25,0375	23,8277	22,7745	21,8265	20,9514	20,1272	19,3374
21	46,7963	43,7749	41,4009	38,9322	35,4789	32,6706	29,6151	27,6620	26,1711	24,9348	23,8578	22,8876	21,9915	21,1470	20,3372
22	48,2676	45,2041	42,7957	40,2894	36,7807	33,9245	30,8133	28,8224	27,3015	26,0393	24,9390	23,9473	23,0307	22,1663	21,3370
23	49,7276	46,6231	44,1814	41,6383	38,0756	35,1725	32,0069	29,9792	28,4288	27,1413	26,0184	25,0055	24,0689	23,1852	22,3369
24	51,1790	48,0336	45,5584	42,9798	39,3641	36,4150	33,1962	31,1325	29,5533	28,2412	27,0960	26,0625	25,1064	24,2037	23,3367

BASE DE DATOS

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda																
Visible: 37 de 37 variables																
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	I
1	4	4	6	6	6	6	6	4	6	4	6	4	4	4	4	4
2	4	6	6	3	6	4	6	4	4	6	4	4	3	4	6	6
3	3	6	4	4	6	6	4	4	4	4	4	6	4	3	6	6
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4
5	4	4	4	4	6	4	4	4	6	4	3	6	4	4	4	4
6	6	4	6	4	4	6	4	4	6	6	4	3	4	6	4	4
7	2	6	6	4	6	4	4	4	4	4	4	4	4	2	6	6
8	6	6	4	4	4	6	4	4	4	3	6	4	4	6	6	6
9	2	4	3	4	4	4	4	6	4	3	3	3	3	2	4	4
10	2	2	4	4	4	4	6	4	4	2	4	3	3	2	2	2
11	4	4	4	4	6	4	4	4	6	4	4	4	4	4	4	4
12	6	6	4	4	6	4	6	4	4	4	6	4	6	6	6	6
13	6	6	6	3	6	3	4	4	4	6	4	6	6	6	6	6
14	4	6	6	4	4	6	4	4	4	6	6	4	4	4	6	6
15	3	4	6	4	4	4	6	6	4	4	3	3	4	3	4	4
16	4	4	4	4	4	6	4	4	6	4	4	6	6	4	4	4
17	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
18	3	3	3	3	4	4	6	4	4	4	6	4	4	3	3	4
19	4	4	4	4	4	6	4	6	6	4	3	3	4	4	4	4
20	6	4	3	4	4	4	4	4	4	6	6	4	6	6	4	4
21	4	4	6	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
22	6	6	6	4	4	4	4	4	6	6	6	4	4	6	6	6
23	4	4	6	6	6	6	6	4	6	4	6	4	4	4	4	4

Vista de datos Vista de variables

BD Final caso 2.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Edición Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

25 : P16 4 Visible: 37 de 37 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	f
24	4	5	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	
25	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	
26	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	
27	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	
28	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	4	
29	2	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	
30	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	
31	2	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	2	4	
32	2	2	4	4	4	4	5	4	4	2	4	3	3	2	2	
33	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
34	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	
35	5	5	5	3	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	
36	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	
37	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	4	
38	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	
39	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	
40	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	
41	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	
42	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	
43	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	
44	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	
45	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	
46	4	5	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	



JORNADA DE INVESTIGACIÓN Nº 1

ACTA DE SUSTENTACIÓN

El Docente encargado de evaluar la sustentación del trabajo de investigación, PRESENTADO EN LA MODALIDAD DE: DESARROLLO DE TESIS (Indicar si es Proyecto de Investigación o Desarrollo de Tesis).

Por don (ña): MARCHENA SOSA LUIS AIFEDO

Cuyo título es:

PLAN ESTRATEGICO PARA MEJORAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA DE TRANSPORTES FELIPE J HUAMCA ALVAREZ EICL DE LA PROVINCIA CONSTITUCIONAL DEL CAJALLO ADO 2016

Facultad de

Escuela Profesional de CONTABILIDAD

Se acordó darle el calificativo de: 14 (Indicar si está HABILITADO o INHABILITADO para la segunda fase).

Lima, 24 de MAYO del 2018.

Se recomienda levantar las siguientes observaciones:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Firma del Docente

Nombres y Apellidos:
AMBROCIO TEODORO
ESTEVEZ PAIRAZAMAN

Firma del alumno:



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: (solo los datos del que autoriza)

MARCHENA SOSA, Luis Alfredo
D.N.I. : 44160478
Domicilio : ASOC. VIRGEN de los NIUEVES 172 C LT 16 S.M.P.
Teléfono : Fijo : Móvil : 994899970
E-mail : Luis.March.sosa@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

☒ Tesis de Pregrado Ciencias Empresariales
Facultad :
Escuela : Contabilidad
Carrera : Contabilidad
Título : Contador público

☐ Tesis de Post Grado

☐ Maestría ☐ Doctorado
Grado :
Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es): Marchena Sosa, Luis Alfredo

Título de la tesis: "Plan Estratégico para mejorar la rentabilidad en la empresa de Transportes Felipe J. Huancá Alvarés E.I.R.L de la provincia Constitucional del Callao año 2016"
Año de publicación : 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:

A través del presente documento, autorizo a la Biblioteca UCV-Lima Norte, a publicar en texto completo mi tesis.

Firma :

Fecha : 03-12-18



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

LA Escuela Profesional de Contabilidad

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Marchena Sosa, Luis Alfredo

INFORME TITULADO:

"Plan estratégico para mejorar la rentabilidad en la
empresa de Transportes Felipe J. Huanca Alvares
E.I.R.L. de la provincia Constitucional del Callao
año 2016"

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Contador Público

SUSTENTADO EN FECHA: 10-07-2018

NOTA O MENCIÓN: 14



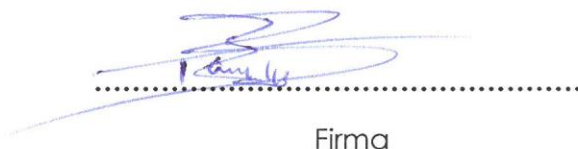
FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN

YO, Dr. Ambrocio ESTEVES PAIRAZAMAN Docente de la facultad ciencias empresariales y Escuela Profesional de Contabilidad de la Universidad Cesar Vallejo sede Lima Norte, revisara de la tesis titulada:

"Plan estratégico para mejorar la rentabilidad en la empresa de transportes FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la Provincia Constitucional del Callao año 2016" de la estudiante Marchena Sosa Luis Alfredo constata que la Investigación tiene como índice de similitud de 17% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

la suscrita analiza dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. a mi leal saber y entender las tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecida por la Universidad Cesar Vallejo.

Lima, 10 de Julio del 2018



Firma

Dr. Esteves Pairazaman, Ambrocio

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

¹¹⁷
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE CONTABILIDAD

"Plan estratégico para mejorar la rentabilidad en la empresa de transportes
FELIPE J. HUANCA ALVITES E.I.R.L. de la Provincia Constitucional del
Callao año 2016"

¹²²
TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
CONTADOR PÚBLICO

AUTOR:

LUIS ALFREDO MARCHENA SOSA

ASESOR:

Dr. Ambrocio Esquivel Páinzaman

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Planificación y Control Financiero

Resumen de coincidencias

17 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

- 1 www.urban-social.org <1 % >
Fuente de Internet
- 2 sites.google.com <1 % >
Fuente de Internet
- 3 Entregado a Universida... <1 % >
Trabajo del estudiante
- 4 blogdemajocr.blogspot... <1 % >
Fuente de Internet
- 5 Entregado a Universida... <1 % >
Trabajo del estudiante
- 6 www.slideserve.com <1 % >
Fuente de Internet